



**UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE**



**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
CLAVE 8793**

**”RESCATE DEL POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO DE  
LA CAJETA EN LA CIUDAD DE CELAYA: CASO LA  
TRADICIONAL DE SALGADO”**

**TESIS**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:**

**ALMA ROSA BELMONTES BARRERA**

**ASESOR:**

**LIC. JORGE DE LA ROCHA LEDEZMA**

**CELAYA, GUANAJUATO, 2005**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

# DEDICATORIA

Hago un agradecimiento muy especial a Dios y a mis padres por haberme dejado cumplir este sueño que hoy se convierte en una realidad, sin su apoyo y esfuerzo no hubiera sido posible, a mis queridos hermanos Juan y Reina gracias por estar siempre conmigo.

A mi Universidad Lasallista Benavente por abrirme las puertas de sus aulas y con mucho respeto a nuestro rector Lic. Héctor Aguilar, gracias por recordarme que todo en esta vida se debe de hacer con calidad, con mucho cariño al Licenciado Jorge de la Rocha gracias por que más que el director, el maestro, el asesor, fue para mi un amigo, un padre que corrige y felicita a un hijo cuando es necesario.

A mis maestros, compañeros y amigos a todos ellos, saben que ocupan un lugar importante en mi corazón, gracias por creer en mi, por hacer de mi lo que soy, por estar a mi lado por existir en mi tiempo y permitirme entrar en el suyo.

*Termina el aroma sublime de una rosa  
Termina también el fulgor de una  
Estrella que una vez brillo airosa  
Y el perfume sutil que te besa la  
Mano, o el amor que nació en la  
Noche más bella de este año.*



# INDICE

**Presentación**

**Dedicatoria**

**Introducción**

**Índice**

## **CAPÍTULO 1**

1.1 Antecedentes De La Leche Quemada (Cajeta). -----	2
1.2 Historia De La Empresa Cajetera La Tradicional de Salgado. -----	10

## **CAPÍTULO 2**

2.1 Deterioro De La Imagen De Las Empresas Cajeteras De Celaya. -----	20
2.2 Enemigos De La Cajeta. -----	22
2.3 Las Pequeñas Empresas Cajeteras. -----	22
2.4 Lista De Productos. -----	26
2.5 Competencia Poderosa. -----	28

2.6 El Gobierno Ante Las Empresas Cajeteras. -----	31
--	----

### **CAPÍTULO 3**

3.1 Alternativas Para Mejorar La Imagen De La Cajeta. -----	34
3.2 Patronato De La Cajeta. -----	34
3.3 Marca Colectiva Cajeta De Celaya. -----	41
3.4 Franquicias. -----	42
3.5 La Feria De La Cajeta. -----	46

### **CAPÍTULO 4**

4.1 Ventas. -----	50
4.2 Seis Momentos Para Realizar Una Venta. -----	51
4.3 Tareas Del Departamento De Ventas. -----	54
4.4 Cómo Debe Ser Un Vendedor. -----	55
4.5 El Vendedor. -----	58
4.5.1 El Vendedor En Territorios. -----	60
4.5.2 Medios Para Preparar Al Vendedor En Una Empresa Pequeña. -----	62
4.6 Cómo Mantener Contento Al Cliente. -----	63
4.7. Pasos Para Vender En Una Tienda. -----	65
4.8 Cómo Vender Sus Productos En Una Cadena De Tiendas, En El Caso De Comercial Mexicana. -----	68

4.9 Alternativas Para Un Mejor Desempeño En Las Ventas. -----	71
--	----

## **CAPÍTULO 5**

5.1 Ampliar Línea De Productos. -----	75
5.2 Proporciones. -----	78
5.3 Gama Cromática. -----	79
5.4 Tipografía Primaria y Secundaria. -----	82
5.5 Aplicaciones Y Uso. -----	84
5.6 La Cafeterita. -----	85
5.7 Empanadita De Cajeta. -----	89
5.8 Galletas De Cajeta. -----	92
5.9 Los Problemas De Los Nuevos Productos. -----	94
5.9.1 Cotización y materiales para la realización de los productos. -----	95

## **Anexos**

## **Conclusión**

## **Bibliografía**

# INTRODUCCION

La cajeta es parte de nuestra cultura, nos identifica, mucha gente de cualquier estado oye cajeta y piensa en Celaya. La cajeta como dulce tradicional, y que distingue a esta ciudad, porque es ciento por ciento natural, no está enmascarado de ninguna manera, las empresas están luchando para obtener mejores procesos y empaques, la maquinaria permite que la elaboración sea más higiénica.

Nuestro mercado es diferente al de los dulces industrializados y nuestras tiendas son distintas. Quien consume una paleta en la tienda de la esquina es difícil que consuma un dulce típico, por eso es importante hablar de las empresas dedicadas a fabricar este dulce, no todas las empresas cuentan con la presentación e innovación de imagen, de presentación de envases y en inversión de capital en los medios, y si le aunamos a esto que en otros estados han aparecido varias empresas con suficiente capital para solventar gastos de publicidad, decimos que en las empresas cajeteras de Celaya hay un deterioro de imagen.

La tradición remonta su origen hace más de cien años, para que no se pierda esta, las empresas cajeteras están realizando esfuerzos como:

El Patronato de la Cajeta de Celaya A.C.

La Denominación de Origen de la cajeta para la ciudad de Celaya.

La unificación de todas las empresas en una Marca Colectiva.

La creación de Franquicias en toda la República Mexicana.

La realización de Ferias.

Para que por medio de estos factores se de a conocer la cajeta en todo México y el exterior.

Para poder llevar acabo este proyecto es necesario saber vender, no solamente el producto sino también la idea, es por eso que se necesita personal capacitado para que lleve acabo esta ardua labor día con día, buscando nuevos prospectos y manteniendo los que ya se tienen tanto en los establecimientos y en las áreas que visita el personal.

Para que una empresa perdure en el ramo al que va dirigido es necesario que amplíe la línea de productos que maneja, no se puede sobrevivir eternamente con los mismos productos, a los clientes y a la competencia les gusta la innovación, si la empresa no se preocupa por esta situación se quedará atrás y perderá a sus clientes, hay que explotar el dulce dándole un giro nuevo que nadie ha sabido, llegar nos referimos al mercado de los niños.

# CAPÍTULO 1

**1.1 Antecedentes de la leche quemada (cajeta).**

**1.2 Historia de la empresa cajetera La tradicional de Salgado.**

## 1.1 ORIGENES DE LA *LECHE QUEMADA* (CAJETA)<sup>1</sup>

Los Españoles fabricaban y elaboraban la *leche quemada*, desde la época del virreinato, pero, en nuestro continente y más aún, en nuestro país, el primer antecedente de la *leche quemada* se remonta el siglo XVIII, en la época de la colonización española, ya que, al igual que muchas otras costumbres y tradiciones, la *leche quemada* forma parte de la gastronomía heredada por la Madre Patria a la sociedad de América, aunque tenemos que tomar en cuenta que el principal elemento que utilizaban como materia prima en su proceso de producción, no era la leche de cabra (como en nuestros días), sino leche de vaca, tal y como lo menciona Patricia Quintana, periodista del periódico Reforma:

“Con la llegada de los españoles, se empezó a usar leche de vaca, azúcar de caña, almendra, nueces, y demás. Hubo tendencia a mezclar los dulces europeos, a los que se les agregó chocolate”<sup>2</sup>

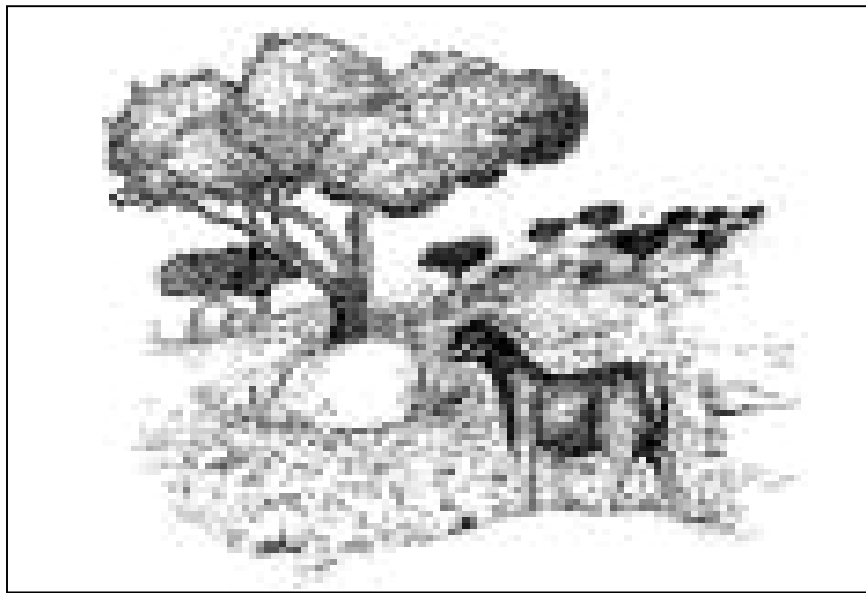
---

<sup>1</sup> [www.méxicolesconocido.com.mx](http://www.méxicolesconocido.com.mx) , [www.correodelmaestro.com](http://www.correodelmaestro.com).

<sup>2</sup> [www.grupo-reforma.com](http://www.grupo-reforma.com)

Cuando los españoles llegaron a México, encontraron grandes manadas de cabras; una de las regiones en las que mayores ventajas tuvieron para asentarse y encontrar alimentación, fue sin duda, el Bajío en Guanajuato, tal y como dice el historiador Rafael Zamarróni, en su libro **Celaya Tres Siglos de su Historia:**

“La Villa de Salaya es tierra llana y montuossa, es abundosa de pastos para ganado y fértil de frutos de España”<sup>3</sup>



La región del Bajío es una región fértil para la crianza de cabras

---

<sup>3</sup> ZAMARRONI ARROYO, Rafael, *Celaya tres siglos de su historia*, Editora mexicana de Periódicos, Libros y Revistas, S.A., México 1975 P. 102



Las cabras al alimentarse de los nutritivos pastos que había en esta región, produjeron más leche, los españoles miraron una alternativa muy ventajosa ya que no tenían muchas vacas, experimentan con leche de cabra, y elaboraron *leche quemada*, les gusto el sabor, es así como se modifica su receta en Nueva España, desde entonces se puede utilizar leche de vaca o cabra para la elaboración de la *leche quemada*.



La leche quemada es una receta antigua heredada de los españoles a las sociedades de América

Como menciona el libro de Cocina Virreinal Novohispana, los españoles enseñaron a elaborar la *leche quemada* a las monjas de los conventos, quienes a través de los años se dedicaron a difundir en la Nueva España los secretos y manufacturas de toda clase de dulces derivados de los lácteos, así como otra clase de postres.

Ellas tenían la obligación de preparar postres para las fiestas importantes, aun podemos encontrar estas recetas en el libro.

Actualmente, en varios Estados de México se le conoce como cajeta, al ate de dulce de membrillo, guayaba y a otros dulces hechos de *leche quemada*, tal vez porque los Españoles realizaban cajeta de mamey, guayaba y chirimoya, como lo menciona Patricia Quintana, periodista ya citada, por lo tanto no podemos decir que la cajeta es solamente los dulces o productos que derivan de la *leche quemada*, sino también son dulces de frutas.



El concepto cajeta tiene gran variedad de significados entre los que se encuentran algunos dulces de frutas y derivados de la leche quemada.

En la ciudad de Celaya a la *leche quemada* se le atribuyo el nombre de cajeta, por la referencia al termino *cajita o cajete*, que era el molde donde se envasaba este producto; por lo regular, la *leche quemada* se introducía en cajitas de madera o de tejamanil. Para dar validez a nuestra afirmación, nos apoyamos en la página de Internet, **México desconocido**, donde se dice textualmente:

“Los celayenses industrializaron la cajeta y fueron los primeros en darla a conocer dentro de sus envases de *cajitas* que se le ocurrió al celayense, señor Cornejo”<sup>4</sup>.



Presentación del envase de una cajeta de Celaya

---

<sup>4</sup> [www.correodelmaestro.com](http://www.correodelmaestro.com)

En la ciudad de Celaya se le conoce como cajeta, únicamente al dulce que se obtiene de la *leche quemada*, la receta tradicional es utilizar leche de cabra o de vaca y combinar los siguientes ingredientes:

- ◆ Azúcar
- ◆ Carbonato
- ◆ Glucosa

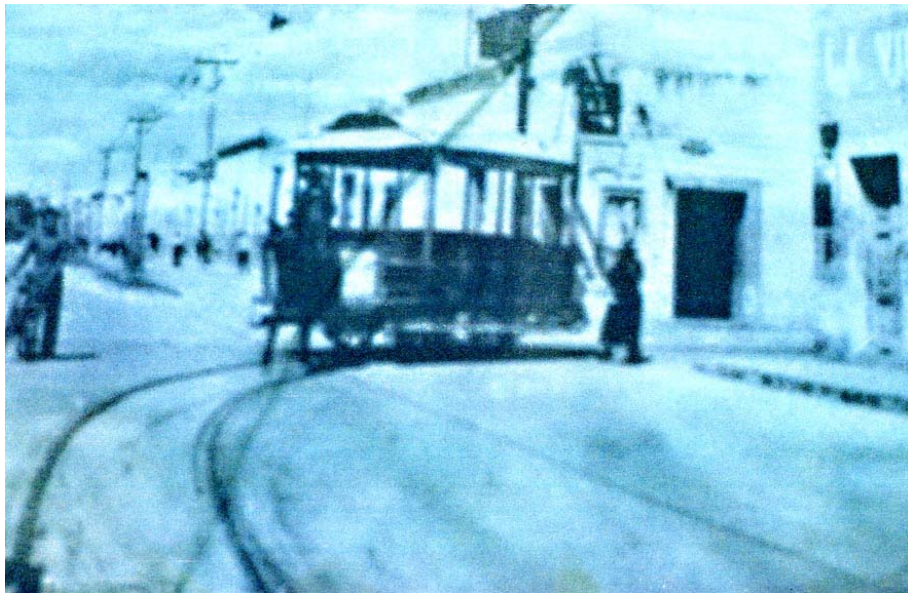
En esta ciudad, comienzan a fabricar este dulce lo mejoran, hasta encontrar el punto exacto en la consistencia, de igual forma, se agregaron sabores e ingredientes), es así como obtuvieron: la cajeta natural, la cajeta quemada, la cajeta envinada y la cajeta de vainilla.

Con la fabricación de la cajeta, en esta Ciudad, nacen varios mitos, uno de los más importantes fue cuando se instaló la torre hidráulica (La Bola del agua), se decía que estaba llena de cajeta y que bastaba abrir una llave para tomar toda la que se quisiera.



Bola hidráulica de Celaya, inaugurada en 1910

“Una de las primeras fábricas de cajeta de la región fue **El caballo de Oro**, que estaba ubicada frente a la estación de ferrocarriles,”<sup>5</sup> los pasajeros del tren compraban cajeta en las peculiares *cajitas* de madera y amarradas con mecate.



Tranvía que recorría las principales calles de la ciudad de Celaya

Desde esos momentos y hasta la fecha ha sido importante el desarrollo de la industria cajetera, que hoy en día, en la ciudad de Celaya los productores de cajetas han formado un patronato de empresas cajeteras, en donde participan las más importantes fábricas de la ciudad, tales como:

---

<sup>5</sup> Información del archivo de la empresa Cajetera **La Tradicional**, Celaya, Gto. 22 de julio del 2003, Pág.2



**La Tradicional de Salgado, De Antaño, La Cabrita del Bajío, La Chivita Celayense, La Fina, La Moreliana, La Reyna, La Suprema, La Vencedora, Mex-Cel, Productos Dolce del Bajío y Ricap.**



La Tradicional de Salgado, una de las más antiguas empresas de cajetas.

Es importante señalar que en la continuación de esta tesis nos enfocaremos únicamente en la empresa **La Tradicional de Salgado**, una de las más antiguas empresas de cajetas de esta nuestra ciudad.

## **I.2 HISTORIA DE LA EMPRESA CAJETERA LA TRADICIONAL DE SALGADO.**

La empresa *La Tradicional de Salgado* es una empresa celayense dedicada a la elaboración y comercialización de la cajeta.

Esta empresa inicia labores en el año de 1860, con otro nombre, sus dueñas, eran las señoritas Aguilar, que después de 50 años venden la marca, pero siguen elaborando la tradicional cajeta y los jamoncillos, con la diferencia que su venta no era al público en general, sino se trabajaba sobre pedido y en situaciones especiales.

\*En el año de 1989, el señor Andrés López Gómez y la señora Ma. del Socorro Salgado, se hacen cargo del negocio dándole marca nueva en el mercado bajo el nombre de *La Tradicional*, a partir de marzo del 2004 se cambia el nombre a *La Tradicional de Salgado* por motivos legales para entrar al sistema de comercialización **Franquicias**.

Entre 1990 y 1991, tienen como fecha de arranque para implantarse en el mercado cajetero. Cuando inicia sus actividades, la empresa no contaba con ningún empleado y la función de atender y fabricar el producto estaba a cargo de los propietarios, Don Andrés y Doña Ma. del

---

\* Entrevista proporcionada por Ing. Andrés López Gómez (Director general)

Socorro, quienes conservaron, mejoraron, y obtuvieron las diferentes recetas de las cajetas, también iniciaron la tarea de comercialización de otros productos.

Con el paso del tiempo, la empresa fue conocida y reconocida en la Ciudad, esto trajo consigo la necesidad de contratar personal, para dar un servicio de mayor atención y calidad a los clientes; es así, como hasta el día de hoy, la empresa cuenta con más de 11 trabajadores: Obreros, empleados de confianza, personal administrativo contable y empleados de aparador.

*La Tradicional de Salgado* desde sus inicios ha crecido con la importante misión de entregar a sus clientes productos 100 por ciento naturales, siempre con la intención de evitar los conservadores, saborizantes y colorantes artificiales, y hacer de cada dulce toda una artesanía. En sus inicios se fabricó únicamente la cajeta (realizada con leche de cabra) y el jamoncillo, se comercializo las palanquetas y **momias de Guanajuato** (dulce de charamusca).

La venta de mayoreo permitió que los productos se vendieran en otras tiendas y de aquí sale la idea de comercializar, también productos de otros estados como: Michoacán, San Luis Potosí, Jalisco y por supuesto de Guanajuato. Ha sido tal el éxito de esta estrategia que en la actualidad se comercializan más de 100 dulces y se elaboran más de 10 productos en la fábrica.



De toda esta lista de productos debemos decir que el más importante de todos es la cajeta y tomando como el producto titular de la empresa, dice el Ing. Andrés López Gómez, que ha sufrido diversas modificaciones y sobre todo ha ampliado su gama de sabores, por ejemplo, en el caso de la cajeta se producen en las presentaciones de: Cajeta natural, Cajeta envinada, Cajeta de vainilla y no menos importante la Cajeta quemada. Otro aspecto importante de la presentación de las cajetas es el embalaje, que a lo largo de los años se ha ido cambiando, pues el tipo de envases que utiliza la empresa para vender sus productos, son de tres tipos: Las cajitas de madera, los envases de vidrio estéril y los envases de plástico.



El envase de vidrio ha sustituido al de las famosas cajas que le dieron nombre a la Cajeta

En un principio se utilizaban las cajitas de madera, pero lamentablemente y a pesar de que este tipo de envase hace que las cajitas de madera se impregnen con el sabor a cajeta (obteniendo un sabor especial), la madera tiene dos desventajas primordiales:

**Primero** que la madera absorbe la humedad del ambiente y disminuye su tiempo de caducidad, pues este fenómeno provoca que la cajeta se cristalice más rápido.

**Segundo**, la higiene es más difícil controlar en este tipo de embalaje. Es por ello que sólo que lo pida el cliente, se utiliza la tradicional madera.



Estos son algunos de los productos y presentaciones que La Tradicional de Salgado ha instituido para sus cajetas.

Por tal razón, se ha implementado el vidrio estéril, que es en sí el más recomendable, por que permite cerrar el producto al vacío, sin problemas de que se vaya a contaminar por aspectos externos (mayor higiene) y además por que amplia en tiempo de caducidad de los productos.

*La Tradicional de Salgado* es una empresa que busca remontarse a su pasado y lo expresa en todo momento, un ejemplo muy claro de ello es su Autovolquete (simulando un tranvía).

“Un autovolquete es un camión, vagón u otro vehículo utilizado para el transporte de materiales.”<sup>6</sup>

Esta idea surgió de los tranvías de pasajeros que circulaban en los años de 1880, por todo el centro de la ciudad y la región.”Celaya tuvo comunicación por medio de sus tranvías tanto por el norte como por el oriente”<sup>7</sup>

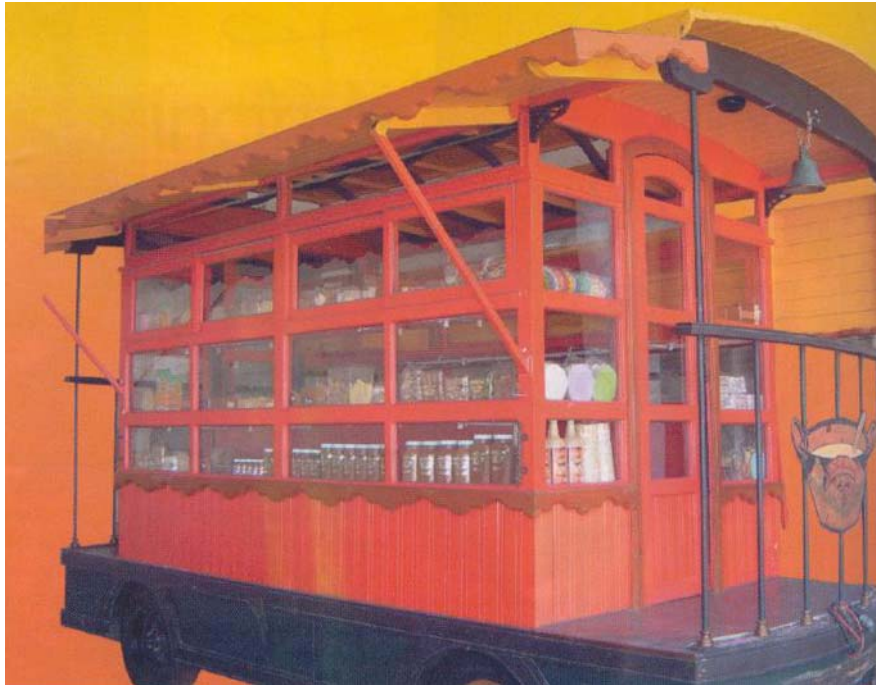
*La tradicional de Salgado* mandó hacer un autovolquete, en el año de 1995, pero sin perder la esencia de lo que eran, con la finalidad de dar un servicio de ventas de dulces, por las principales calles y jardín de esta ciudad, además de ser un atractivo turístico y por supuesto que fuera algo histórico que reviviera lo que por mucho tiempo los habitantes de esta ciudad disfrutaron.

---

<sup>6</sup> GARCIA PELAYO, Ramón, GROSS, Diccionario Usual ,octava edición, Larousse,1998,Pág. 658

<sup>7</sup> [www.correodelmaestro.com](http://www.correodelmaestro.com)

Este autovolquete funciona por medio de otro vehículo (tractor o camioneta) el cual lo jala para que circule.



El autovolquete es uno de los atractivo que ha inventado la empresa para crear una imagen distintiva ante sus clientes.

En nuestra actualidad *La tradicional de Salgado* está pasando por un gran auge, en los últimos 6 meses la empresa se a posicionado en diferentes Estados de la República esto gracias a la venta de **Franquicias.**

La empresa *La Tradicional de Salgado* a través de estos 25 años ha tenido la ardua labor de hacer perdurar y dar a conocer nuestras artesanías y tradiciones, es por ello que a lo largo de estos años ha participado en numerosos eventos, representando orgullosamente a la Ciudad de Celaya y al Estado de Guanajuato.

**Entre estos eventos podemos enumerar:**

- 1.- Las Fiestas mexicanas organizadas por Televisa.
- 2.- Confitexpo (Guadalajara)
- 3.- Expo Guadalajara
- 4.- Expo Michoacán
- 5.- Feria de Celaya
- 6.- Expo cajetera (en Celaya)
  
- 7.- Participación en eventos gubernamentales como **Ponte el cinturón en la ciudad de Celaya**
- 8.- Participación en eventos de turismo
- 9.- Apoyando eventos universitarios
- 10.- Diversas Convenciones en la ciudad de Guanajuato
- 11.- Participación en la Feria Internacional de Franquicias, que se llevó a cabo en la ciudad de México D.F. (marzo del 2004).

Este trabajo de apoyo cultural, ha rendido sus frutos, pues producto de este trabajo, *La Tradicional de Salgado* ha recibido varios reconocimientos, entre los que citamos los más importantes:

- 1.- Premio Guanajuato a la calidad.
- 2.- Orgullosamente Guanajuatense
- 3.- Royal Crown to excellent
- 4.- Sun of gold

- 5.- Gran premio América a la calidad y servicio
- 6.- Estrella de diamante internacional a la calidad
- 7.- Estrella de plata al merito empresarial.



Logotipo de La Tradicional

A manera de publicidad, la empresa cajetera *La Tradicional de Salgado* ha sido objeto de varios reportajes y entrevistas en diferentes medios de comunicación como por ejemplo:

**En artículos** de la Revista *México Desconocido*; Reportaje en el *Periódico Reforma*; reportaje en la revista *Guías de Padres* y el más reciente en la revista *inn* de la ciudad de Celaya.

**En televisión** un reportaje en el canal de televisión *People & Art* de la cadena internacional *Discovery Networks*; reportaje en el programa *Cada Mañana* y *Con sello de Mujer* de la cadena nacional de televisión *TV Azteca*.

**En radio** se cuenta una participación en el programa radiofónico de *Cristina Pacheco, por la 1ª. Cadena Regional Radio Formula S. A. DE C. V.*

**Menciones** en autobuses de las concesionarias *ETN y Flecha Amarilla.*

Es así como la empresa *La Tradicional de Salgado* hoy se encuentra como una institución sólida y con presencia, siempre con el orgullo de ser y sentirse celayense, busca mantener su hegemonía como empresa líder en el mercado, a través de apoyo a la ciudadanía, expresión y difusión de su cultura, pero sobre todo, entregando a sus clientes un esfuerzo extra en la calidad de sus productos.



**Fachada de la empresa, punto de venta.**



## **CAPITULO 2**

**2.1 Deterioro de la imagen de las empresas cajeteras de Celaya**

**2.2 Enemigos de la Cajeta**

**2.3 Las pequeñas empresas Cajeteras**

**2.4 Lista de productos**

**2.5 Competencia poderosa**

**2.6 El Gobierno ante las empresas cajeteras**



## 2.1 DETERIORO DE LA IMAGEN DE LAS EMPRESAS CAJETERAS DE CELAYA<sup>8</sup>

Para nadie es un secreto que la ciudad de Celaya está ampliamente relacionada con el concepto cajeta, de hecho, cuando se nombra este dulce, salta a la mente de muchas personas la idea: **La cajeta de Celaya**. Y no es para menos, pues es este municipio el primero, así como lo dice la señora Abigail Carreño en su libro **Imagen de Celaya** en el País, en comercializar e industrializar la cajeta, como casi todas las industrias, éstas nacen en los talleres familiares que con el éxito de su producción van conformándose en empresas.

Sin embargo, muchas de ellas, por el interés principal de la venta fácil, han desfavorecido el que el producto respete los mínimos atributos de buen sabor y atractivo, que hizo en otros tiempos crecer, la costumbre por degustar un dulce de gran sabor; un producto de mediana calidad ha alejado al consumidor quien ha cambiado sus preferencias hacia otros dulces.

---

<sup>8</sup> CARREÑO, DE MALDONADO, Abigail, *Imagen de Celaya*” tercera edición, Celaya Gto., 1999, Pág. 60, [www. Correo del maestro.com.](http://www.Correo-del-maestro.com), [www.terra. com. mx](http://www.terra.com.mx), [www.coronado.com.mx](http://www.coronado.com.mx)

Ahora bien, aquellas empresas que si han continuando con sus mayores esfuerzos, por la perdida de clientela, han tenido que ampliar su línea de productos, para volver a cautivar al cliente así como la racionalización de sus recursos para invertir en publicidad y dividirlos en cada uno de los productos que comercializa.



Lista de productos que una empresa cajetera vende para poder permanecer en el mercado

## 2.2 ENEMIGOS DE LA CAJETA

Uno de los factores que ha afectado negativamente el crecimiento de las microempresas y empresas cajeteras han sido los cada vez menos apoyos que las autoridades han dado hacia el mantenimiento de la imagen de la ciudad como capital de la cajeta.

Otro punto importante que ha afectado la imagen de las empresas cajeteras de Celaya, es el surgimiento de empresas fuera de Celaya, que han generado cajeta sabiendo utilizar capitales fuertes, grandes inversiones en publicidad y mercadotecnia y difusión nacional permanente.

## 2.3 LAS PEQUEÑAS EMPRESAS CAJETERAS<sup>9</sup>

Para decir que las empresas en la ciudad de Celaya en el ramo cajetero son pequeñas las analizaremos en el aspecto financiero, personal ocupado, producción y ventas.

**Financiero:** Es el monto de su capital. El mercado de las empresas cajeteras es limitado y se produce poco.

---

<sup>9</sup> MÜNCH, GALINDO y GARCIA MARTINEZ, "Fundamentos de Administración", editorial Trillas, 5 edición, México, 1990, Pág. 47, Información del archivo de la empresa Cajetera *La Tradicional*, Celaya Gto. 22 de julio del 2003, Pág. 8

**Personal ocupado:** Las empresas pequeñas son aquellas en las que elaboran menos de 250 empleados, en las empresas cajeteras de Celaya cuentan con:

La Regia	20 empleados
Mex-cel	20 empleados
Productos Dolche	17 empleados
Foods Specialities	15 empleados
La Tradicional de Salgado	11 empleados

**Producción:** Es de acuerdo al grado de maquinización que existe en el proceso de producción. En la elaboración de la cajeta es muy artesanal no se requiere de maquinaria es más indispensable el hombre para obtener este producto.

La Regia	225 kilos diarios
Mex-cel	100 kilos diarios
Productos Dolche	80 kilos diarios
Foods Specialities	100 kilos diarios
La Tradicional de Salgado	50 kilos diarios

**Ventas:** Es el tamaño de la empresa en relación con el mercado, que la empresa abastece con el monto de sus ventas. Las empresas cajeteras son pequeñas, sus ventas son locales.

En cuanto al gremio cajetero, en la ciudad de Celaya, prevalecen las microempresas y es que según estadísticas de INEGI la inversión mínima necesaria para poder abrir una microempresa de este rubro asciende a \$37,100.00 mientras que para tener una pequeña empresa se necesita invertir un mínimo aproximado de \$165,000.00.

Estas cifras dadas por INEGI demuestran que es relativamente fácil el surgimiento de empresas familiares, fenómeno que a la larga ha hecho que en Celaya exista gran cantidad de organizaciones que producen cajeta, más sin embargo, lamentablemente la gran mayoría de estas fábricas, para realizar sus ventas, se apoyan más en la buena imagen tradicional de la cajeta Celayense, que en sus componentes, y de sus productos. Esta invasión de empresas ha deteriorado la imagen de la cajeta Celayense y mucha cantidad ha traído poca calidad.

Para que una empresa familiar se inscriba al Registro Federal de Contribuyentes es necesario cubrir con los siguientes requerimientos, que proporciona el Servicio de Administración Tributaria.(SAT), Ya sea acudiendo a sus instalaciones de la ciudad o por la página de Internet. [www.elsat.com.mx](http://www.elsat.com.mx)

**Formato R-1 Solicitud de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes.**

**Anexo 1. Registro Federal de contribuyentes, personas morales del Régimen General y del Régimen de las personas morales con fines no lucrativos.**

**Copia certificada y fotocopia del poder notarial con el que acredite la personalidad del representante legal o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales, notario o fedatario público. (copia certificada para cotejo).**

**Para la realización de este documento es necesario acudir con un notario público para que la redacte con las especificaciones necesarias.**

**Identificación de la persona (original y copia) (credencial de elector, cedula profesional, cartilla militar)**

**Original y fotocopia de comprobante de domicilio fiscal (recibo de luz, recibo de teléfono, predial).**

Ya cuando se tenga todos estos documentos se presentan con una identificación para la realización de sus facturas y cédula en caso de que el negocio se registre como persona moral, y posterior cada mes se tiene que presentar la declaración de impuestos sobre la renta. Y en marzo se deberá realizar la declaración anual.

## **2.4 LISTA DE PRODUCTOS**

Las empresas más importantes de la ciudad no pueden subsistir únicamente de la producción y venta de cajeta, razón por la cual han recurrido a la elaboración de otros dulces al ampliar la gama de marcas comercializadas en sus tiendas, por tal razón las empresas cajeteras tienen que dividir y racionalizar todos sus esfuerzos de publicidad y mercadotecnia; por lo que su participación en medios masivos es inexistente y cuando ésta se da, va orientada a publicitar de un sólo golpe a varias marcas y productos.



La leche quemada a dado origen a gran variedad de productos entre los que se encuentra la Cajeta.

**Por otro lado, empresas fuertes como Coronado, que han contado con el apoyo de empresas con grandes capitales, como Televisa y Bimbo, presenta mensajes exclusivos a un solo producto el cual hoy es reconocida en el ramo a nivel nacional.**



## 2.5 COMPETENCIA PODEROSA

En el siglo XIX las empresas Celayenses se enfrentan a nuevos negocios provenientes de otros Municipios y Estados de la República, tal es el caso de la empresa Coronado del Estado de San Luis Potosí, la cual inicia sus labores en 1927, como una empresa familiar, en la hacienda de Coronado localizada en el Altiplano Potosino, nombre que después se le atribuirá a sus productos, hoy se ha convertido en la empresa que a nivel nacional mayor reconocimiento y posicionamiento del mercado tiene.

Sobre el origen de la empresa Coronado poco se sabe, de hecho uno de los mitos que la rodean es el origen de la receta, pues mientras algunos dicen que es producción netamente potosina y que era una receta familiar, otros afirman que la receta se la llevaron de Celaya.

Coronado después de 30 años de haber iniciado labores, comenzó a crecer y al poco tiempo se constituye como una sociedad a la que se llamó Productos de Leche Coronado; más adelante y debido a su creciente éxito, empresarios del grupo Televisa compran ésta empresa.

“Con inversión de gran capital, Televisa viste a la empresa cajetera de una nueva imagen”<sup>10</sup>.



Empresa Coronado fundada en  
San Luis Potosí en 1927

**Invierte en su proceso de fabricación y presentación, pero lo más importante, planea un proyecto publicitario, de mercadotecnia y distribución que hasta ese momento, en el país, ninguna empresa en el ramo había podido proyectar.**

---

<sup>10</sup>[www.coronado.com.mx](http://www.coronado.com.mx)

Los resultados se dieron al poco tiempo y la empresa Coronado comienza a crecer y a ser reconocida nacionalmente como la más importante en su giro.

No obstante, en el año 1995, el grupo Televisa vende esta empresa al Grupo Industrial Bimbo, cuya principal misión fue llevar los productos Coronado por toda la República Mexicana, labor que no fue muy difícil ya que ésta empresa tiene uno de los mejores procesos de distribución en todo América Latina.

Un último cambio administrativo llega en el año 2000, cuando la empresa Ricolino se hizo cargo de Coronado; en la actualidad la empresa Coronado, Ricolino y Barcel constituyen la compañía **Barcel S.A de C.V.**

Siempre con la misión de innovar, hoy la empresa Coronado está generando nuevos proyectos que tiene para lanzar al mercado, por un lado está la nueva cajeta Irlandesa, como comenta el gerente de Coronado Rafael Rivera, tendrá una buena aceptación porque es un producto saludable, natural, nutritivo y energizante, conjuntamente con esto se ha creado el multiempaque para quien quiera cargar la cajeta en el bolsillo.

Otro de sus proyectos es trascender fronteras y llegar a todo Latinoamérica y Estados Unidos, acción que en mucho dejaría de lado, la imagen de que es Celaya el surgimiento de la mejor cajeta.

No se puede comparar a ninguna empresa cajetera Celayense con ésta gran empresa, ya que hay mucha diferencia en el capital de inversión en cuanto a tecnología de producción, innovación de presentación, proyectos de publicidad y estudio de las tendencias de los gustos y preferencias el mercado.

## **2.6 EL GOBIERNO ANTE LAS EMPRESAS CAJETERAS**

A lo largo de los años, poco se ha hecho por parte de las autoridades municipales para impulsar la inversión de capitales en la industria de la Cajeta, además ha tendido a apoyar otras empresas trasnacionales dando todas la facilidades para establecerse en la ciudad.

Tal es el caso de la empresa Price Mart , el gobierno le dio todas las facilidades para establecerse, y así dar fuentes de trabajo, a un número determinado de personas, ahora en estos momentos la empresa ha cerrado y ha dejado a estos empleados sin ninguna fuente de ingreso.

**El gobierno Federal lo que esta impulsando son las microempresa, (Changarros) saben que se pueden obtener mejores resultados de estos changarros que de las empresas transnacionales, esto sin tomar en cuenta que las ganancias de estas empresas salen del país .**

**“El 95% de las empresas en Guanajuato son microempresas y el resto son de empresas trasnacionales.”<sup>11</sup>**

---

<sup>11</sup> [www.guanajuato.gob.mx](http://www.guanajuato.gob.mx)

# **CAPÍTULO 3**

**3.1 Alternativas para mejorar la imagen de la cajeta.**

**3.2 Patronato de la Cajeta**

**3.3 Marca Colectiva Cajeta de Celaya**

**3.4 Franquicias**

**3.5 La Feria de la Cajeta**

### **3.1 ALTERNATIVAS PARA MEJORAR LA IMAGEN DE LA CAJETA.<sup>12</sup>**

Las empresas cajeteras de la ciudad de Celaya, a través de los años han realizando varias actividades y proyectos para que la cajeta no se olvide y a su vez desaparezca; algunos de estos esfuerzos son: la creación del Patronato de la Cajeta de Celaya A.C., que ya se mencionaron, las empresas que lo integran, la denominación de origen para la ciudad, la importancia de una marca colectiva, la creación de franquicias, por parte de la empresa La Tradicional de Salgado, y la realización de la feria de la cajeta.

### **3.2 PATRONATO DE LA CAJETA**

El Patronato de la cajeta de Celaya A.C. como organización busca que la cajeta a través de los años siga siendo la imagen de identidad de la Ciudad y viceversa, buscando que cada una de las empresas integradas, proporcionen productos de calidad.

---

<sup>12</sup> Información del archivo de la empresa Cajetera *La Tradicional*, Celaya Gto., 22 de julio del 2003, Pág.15, [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx), [www.impi.gob.mx](http://www.impi.gob.mx), [www.franquicias.com](http://www.franquicias.com)

Desde el año 2002 el Patronato de la Cajeta de Celaya A. C. en coordinación con el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial ((IMPI), órgano autorizado por el Gobierno Federal para otorgar la certificación de la **Denominación de origen**), ayudados por el Desarrollo económico del Estado y el Consejo Coordinador Empresarial de Celaya, han buscado que se dé la **Denominación de Origen** de la Cajeta a Celaya. Cabe señalar al hablar de **Denominación de Origen** nos referimos a:

“El nombre de una Región Geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en este los factores naturales y humanos.”<sup>13</sup>

El sello **Denominación de Origen** es mucho más que un certificado para identificar un producto propio de una región, con características únicas y calidad particulares, es una herramienta con la cual el país puede proteger sus productos de la competencia, tal fue el caso con el platillo yucateco (cochinita pibil), por no proteger a este peculiar platillo es fabricado y enlatado por empresas japonesas.

---

<sup>13</sup> [www.impi.gob.mx](http://www.impi.gob.mx)



Los productos mexicanos con **Denominación de origen** son:

- ◆ Tequila
- ◆ Mezcal
- ◆ Talavera
- ◆ Bacanora
  
- ◆ Café de Veracruz
- ◆ Ámbar de Chiapas
- ◆ Charanda
- ◆ Sotol
  
- ◆ Mango Ataulfo del Soconusco de Chiapas
- ◆ Café de Chiapas
- ◆ Olinalá

Para que se de una **Denominación de Origen** hay que demostrar la tradición histórica del producto, conjuntamente la denominación se apega a las Normas Mexicanas Oficiales y a su vez cuenta con un consejo regulador que se encarga de verificar el cumplimiento de dicha norma, cada producto cuenta con una norma específica, (NOM). ( ver ANEXO 1 Norma Mexicana Oficial de la Talavera NOM 132-SCF1-1998).

Para buscar la **Denominación de Origen** de la cajeta a la ciudad de Celaya, se requiere de tiempo, además se deben de tomar en cuenta los factores: naturales y humanos, se debe cumplir con los requisitos legales de la ley, como presentar pagos y llenar solicitudes.

Entre los **factores naturales** que se tomarían en cuenta en Celaya enumeramos:

- ◆ Características del suelo
- ◆ Temperatura
- ◆ Humedad
- ◆ Altura sobre el nivel del mar
- ◆ Clima

Entre los **factores humanos** que se tomarían en cuenta en la ciudad de Celaya para la cajeta enumeramos:

- ◆ Tradición
- ◆ Especialización en determinado arte u oficio
- ◆ Producto originario de la región o zona geográfica, identificando con el mismo nombre.
- ◆ Utilización de procesos especiales.

Para poder hacerlos tramites legales es necesario conocer la Ley de Propiedad Industrial los artículos 156 a 168 de la Protección a la Denominación de Origen y los artículos 169 a 178 de la Autorización para su uso. (ver ANEXO 2 Ley de Propiedad Industrial).

Algunos de los pagos que se deben de hacer conforme al Titulo Quinto de la Ley, para obtener la **Denominación de Origen** son:

15	Por los servicios que presta el Instituto en material de denominaciones de origen, se pagarán las siguientes tarifas:	
15 a	Por el estudio de la solicitud de declaración general de protección a una denominación de origen o de la solicitud de modificación de una declaración general.	712.00
15 b	Por la autorización para usar una denominación de origen o su renovación, por cada uno de estos actos.	315.00
15 c	Por la inscripción de un permiso otorgado por el usuario autorizado para usar una denominación de origen.	268.00
24	Por el informe que se proporcione a personas que lo soliciten por escrito sobre si una marca o aviso comercial ha sido registrado, o si un nombre comercial ha sido publicado, por cada uno.	47.00
24 BI S	Consulta del banco de datos de marcas vía módem: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de anterioridades fonéticas.</li> <li>• Consulta a marca en particular accesada por cualquier vía.</li> <li>• Consulta a lista de 10 marcas por titular o fracción de 10.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$89.50</li> <li>• \$26.50</li> <li>• \$40.50</li> </ul>

## **Ventajas de la Denominación de Origen**

- Benefician tanto a los productores como a los consumidores. A los productores en distribución del producto y a los consumidores en que es un sello de garantía.
- Mejoran los procesos de producción con el fin de desaparecer los negocios y los productos de mala calidad que dañan la imagen y calidad del dulce.
- Fomenta y favorece la organización del sector productivo, facilitando el acceso de los productores a los mercados nacionales e internacionales.
- El sector proporciona un marco legal para defender y proteger al producto de las **Denominaciones de Origen** falsas o la piratería.
- A nivel regional, nacional e internacional mejora la divulgación, promoción y la oferta del producto protegido.
- Para garantizar al consumidor la calidad de los productos es necesario que estos cumplan con las Normas Oficiales Mexicanas.

La solicitud de declaración de protección a una **Denominación de Origen**, se hará por escrito, ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). (Formato de Solicitud ver ANEXO 3), a esta solicitud se le aunarán los comprobantes que funden la petición y en la que se expresará lo siguiente:

1. Nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante. Si es persona moral y las actividades a que se dedica;
2. Interés jurídico del solicitante;
3. Señalamiento de la **Denominación de Origen**.
4. Descripción detallada del producto terminado, especificando desde el proceso de extracción, pasando a la elaboración hasta llegar al embalaje o envasamiento.
5. Lugar o lugares de extracción, delimitación del territorio de origen que se quiera proteger con la **Denominación de Origen**;
6. Señalamiento detallado de los vínculos entre Denominación, producto y territorio, y
7. Los demás que considere necesario o pertinentes el solicitante.

Después que el IMPI reciba la solicitud y se hayan hechos los pagos de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los datos y documentos aportados. En caso que los documentos presentados no sean de total comprensión el solicitante tiene dos meses para hacer las aclaraciones correspondientes. Si los documentos son comprensivos y cumplen con lo establecido , el IMPI publicará en el Diario Oficial un extracto de la solicitud. (ver ANEXO 4 Declaratoria general de la protección de la **Denominación de Origen** de la Talavera).

Para que el Patronato de la Cajeta de Celaya A.C. concluya este trabajo, se requiere que los productores de este dulce trabajen arduamente, porque la **Denominación de Origen** como ya se menciona se requiere de tiempo y de grandes inversiones económicas, para que la cajeta se pueda comercializar a nivel nacional e internacional.

### 3.3 MARCA COLECTIVA CAJETA DE CELAYA

Para poder crecer en el ámbito cajetero los empresarios de la Cajeta han pensado en hacer una marca colectiva llamada **La Cajeta de Celaya**

“La marca colectiva es una marca que pertenece a varios, o bien pertenece a una organización o a una cooperativa cuyos miembros la pueden utilizar, siempre y cuando respeten las condiciones establecidas por la organización.”<sup>14</sup>

El empleo de marcas colectivas constituye una alternativa de protección para productos vinculados a una Región.

---

<sup>14</sup> [www.impi.gob.mx](http://www.impi.gob.mx)

## **Ventajas de la Marca Colectiva**

- Reducen el gasto, honorarios, impuestos y aranceles que se requieren para el registro y protección de marcas individuales en muchos países.
- Facilita el acceso a mercados internacionales.
- A los productos a los que se le aplique la marca colectiva contará con un valor agregado, ejemplo: La cajeta de Celaya es de calidad.
- Existen reglas de distribución de manera consensual.

## **3.4 FRANQUICIAS**

Para entender más sobre las franquicias es necesario saber que significa esta palabra, **franquicia** proviene del termino inglés (franchising) es un método de comercialización de productos, servicios y tecnología, el cual tiene que haber dos partes involucradas en el sistema para que se realice el negocio por un lado está el franquiciante (quien vende),el cual presta su marca y el sistema del negocio; y por otro lado, el franquiciado (comprador),

quien paga una regalía y por lo regular paga una cuota inicial por el derecho de realizar negocios bajo el nombre y sistema de producción del dueño de la marca (franquiciante).



Logotipo más reciente de la empresa

### **Ventajas de las franquicias**

- **Reputación:** El nuevo dueño no tiene que trabajar para establecer la reputación del negocio. El producto o servicio que se ofrece ya es aceptado por el público.
- **Capital de trabajo:** cuesta menos dinero operar un negocio de concesión, porque el franquiciante le da al comprador buenos controles de inventario y otros medios para reducir los gastos.



- **Experiencia:** el consejo dado por el franquiciante compensa la inexperiencia del nuevo propietario.
- **Asistencia gerencial:** Las mejores compañías de franquicia le dan al franquiciado asistencia continua en estas áreas.
- **Motivación:** debido a que el comprador y el vendedor se benefician del éxito de la operación, ambos trabajan adecuadamente para lograrlo.

La empresa La Tradicional de Salgado desde el mes de marzo del año 2004, al ser invitados a la Expo de Franquicias en la ciudad de México, ha trabajado en este método, como franquiciante, buscando que la cajeta y sus dulces lleguen a más ciudades de toda la República. Preocupándose desde el lugar en que se ubicará la tienda, arreglo de los muebles (vitriñas, aparadores), la colocación de los productos y sobre todo la distribución de los mismos.

En este caso, para que una empresa pueda adquirir la franquicia de La Tradicional de Salgado tiene que pasar por un proceso de evaluación en el que se analizan aspectos como:

Un cuestionario que deben de responder a sus preguntas, visitar el posible lugar en que se ubicará la tienda, venderle los muebles y ubicarlos cada uno, y la colocación de mercancía, ya cuando este todo esto en orden la empresa les envía los productos y una vez a la semana irá para realizar sus pedidos.

Por medio del cuestionario obtendremos las respuestas que nos revelarán posición económica, ciudad, quien la atenderá y porque desea tener la franquicia de la empresa La Tradicional de Salgado. (Ver cuestionario en el ANEXO 5)

De marzo a septiembre la empresa la Tradicional de Salgado cuenta con tres empresas afiliadas como franquiciadas, ubicadas en la ciudad de Salamanca, Querétaro y León.



La empresa celayense La tradicional de Salgado,  
la única empresa que maneja franquicias

### 3.5 LA FERIA DE LA CAJETA

Otra alternativa que ha utilizado el Patronato de la Cajeta, es la organización de Eventos, Ferias y exposiciones; tal es el caso de la feria de la cajeta la cual se llevó a cabo por primera vez en octubre del año 2001.

La **Feria de la cajeta** se ha vuelto una tradición y se une a las celebraciones del Aniversario de la fundación de la ciudad de Celaya (12 de octubre ); cada año esta feria ha ido aumentando en reconocimiento y en participantes, el numero de entre los que se encuentran productores, sino también la ciudadanía y pueblos circunvecinos.

La feria de la cabra el queso y la cajeta se llevó acabo en las instalaciones de la feria, los días 09,10,11,y 12 de octubre del 2004, en donde participaron ganaderos, y productores de quesos y de cajetas.



Stand de la empresa La Tradicional de Salgado en la  
IV Feria de la Cabra 2004: El queso y la cajeta

**Al lugar asistieron personas de diferentes municipios y de otros estados, la entrada era libre, solamente se cobraban las conferencias que se impartieron en el transcurso de los días de feria, tales conferencias trataban de diversos temas relacionados con animales caprinos, elaboración de cajeta y estrategias de ventas tomando como tema principal las franquicias.**

En la feria se podía consumir los diferentes productos de queso y cajeta, de diferentes, sabores y marcas de la ciudad, por su puesto la empresa la Tradicional de Salgado no podía faltar a tal importante festejo, teniendo así dos stand, en los cuales podía encontrar su gran variedad de productos.



Fotograma en la IV Feria de la Cabra 2004: El queso y la cajeta

# **CAPITULO 4**

**4.1 Ventas.**

**4.2 Seis momentos para realizar una venta.**

**4.3 Tareas del departamento de ventas.**

**4.4 Cómo debe ser un vendedor.**

**4.5 El vendedor.**

**4.5.1 El vendedor en territorios.**

**4.5.2 Medios para preparar al vendedor en una empresa  
pequeña.**

**4.6 Cómo mantener contento al cliente.**

**4.7 Cómo vender sus productos en una cadena de tiendas de  
auto servicio en el caso de Comercial Mexicana.**

**4.8 Pasos para vender en una tienda.**

**4.9 Alternativas para un mejor desempeño en las ventas.**

## 4.1 VENTAS <sup>15</sup>

Las ventas son indispensables en nuestra sociedad para que una empresa pueda permanecer en el mercado y para que tanto empleados como dueños puedan sobrevivir. Para saber que es una venta daremos la definición, según el autor del libro **Estructura Científica de la Venta** José María Llamas.

“La ciencia de interpretar características del producto o servicio en términos de satisfacción del consumidor, para actuar después mediante técnicas adecuadas, sobre el convencimiento de sus beneficios y la persuasión de la conveniencia de su posesión o disfrute inmediatos.”<sup>16</sup>

Dentro de todo negocio sin importar el ramo al que esté enfocado, todos en la empresa son vendedores del producto o servicio, desde la secretaria que está vendiendo la imagen del lugar, hasta el director que atiende a los posibles clientes, nos enfocaremos únicamente el vendedor como parte del departamento de ventas.

---

<sup>15</sup> MOLINA, AZNAR, Víctor E, *El vendedor profesional*, editorial ISEF., LLAMAS, José María, *Estructura científica de la venta*, Editorial Limusa, Noriega editores S.A de C.V, México 1994 Pág.73, Información del manual del Centro de Desarrollo Personal y Empresarial S.A. de C.V., Av. Niños Héroes No. 2804 Int.1 Guadalajara Jalisco, Pág.13., G. DE CÉSPEDES, Pedro, *Compendio de organización del vendedor*, segunda impresión, México, D.F.1966,Pág.30-35, GAROFALO, Gene, *Guía práctica para ventas y marketing*, editorial Prentice-Hall, primera edición, México, 2000, Pág. 200- 250.

<sup>16</sup> LLAMAS, José María, *Estructura científica de la venta*, Editorial Limusa, Noriega editores S.A de C.V, México 1994 Pág.73

## 4.2 SEIS MOMENTOS PARA REALIZAR UNA VENTA

### 1. Exploración

### 2. Calificación

### 3. Descubrimiento de necesidades

### 4. Búsqueda de soluciones

### 5. Realización de presentaciones y propuestas

### 6. Cierre

#### **1. Exploración:**

Es la búsqueda de nuevos clientes, la cual tiene que ser continua. La exploración es hacer visitas, establecer contactos con alguien. Se recomienda que para hacer una exploración antes se debe de generar un perfil de posibles clientes.

La exploración se hace en forma personal, por teléfono, por correo o mediante la publicidad.

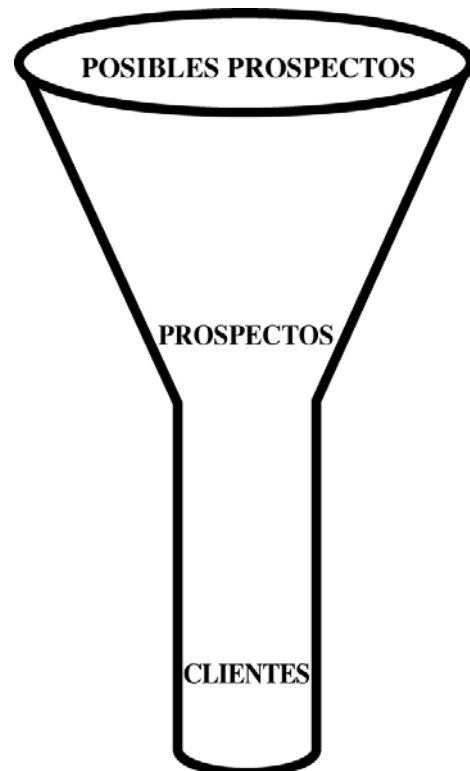
*Una exploración que debería hacer la empresa La Tradicional de Salgado, es acudir con las personas que ofrecen banquetes para fiestas, venderles lo dulces y postres, para que los incluyan en los menús de sus eventos; acudir a empresas grandes como es Mabe, Gamesa, las cuales en época navideña hacen obsequios a sus trabajadores, aquí se puede utilizar la venta de las canastas que contienen diferentes dulces.*



*En todo momento se debe de buscar nuevos clientes, porque ninguna empresa sobrevive por mucho tiempo sin tener nuevos clientes que remplacen a los que se pierden.*

Podemos representar la exploración con:

“La teoría del embudo”<sup>17</sup> que consiste en alimentarse de los prospectos, estos entran por la boca del embudo en grandes cantidades y son pocos los clientes que se manifiestan por el otro extremo. La elección es que se tiene que alimentar en forma continua la parte superior del embudo.



“Figura 1 La Teoría del embudo ”

---

<sup>17</sup> GAROFALO, Gene. *Guía práctica para ventas y marketing*, editorial Prentice-Hall, primera edición, México, 2000, Pág. 200- 250.

## **2. Calificación:**

Es la etapa donde el vendedor determina si el prospecto tiene necesidad o deseo del producto o servicio los medios para comprarlo y la autoridad para tomar una decisión de compra.

## **3. Descubrimiento de necesidades:**

Los vendedores interrogan al prospecto para determinar si existe un uso posible para el producto, Sin un uso válido hay poca posibilidad de realizar la venta. El vendedor tiene que hacer preguntas para descubrir las necesidades de los prospectos.

## **4. Búsqueda de soluciones:**

Es cuando las preguntas revelan una necesidad o un problema, entonces el vendedor presenta una solución que proporciona el producto o servicio de la compañía.

## **5. Realización de presentaciones y propuestas:**

Las demostraciones del producto deben probar que es fácil de usar, realizar sus características y demostrar que soluciona los problemas del posible cliente.

## **6. Cierre:**

El cierre significa solicitar el pedido al posible cliente.

### **4.3 TAREAS DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS**

Las actividades del departamento de ventas tiene que responder a las necesidades de cada una de las empresas, las actividades más comunes que realiza el departamento son:

- **Pronosticar las ventas.**
- **Contactar vendedores.**
- **Capacitar a los vendedores.**
- **Asignar territorios y establecer cuotas.**
  
- **Motivar a los vendedores.**
- **Dirigir las reuniones de ventas.**
- **Dirigir las ferias comerciales y las convenciones.**
- **Supervisar las actividades de la fuerza de ventas.**
  
- **Proporcionar a la alta dirección información confidencial de campo.**
- **Negociar contratos con grandes clientes.**
- **Establecer políticas de ventas.**
- **Controlar los gastos.**
  
- **Hacer sugerencias sobre los productos.**
- **Solucionar problemas (calmar a los clientes).**
- **Vincular a la alta dirección con la fuerza de ventas.**
- **Administrar el territorio.**

## 4.4 COMO DEBE SER UN VENDEDOR

- **Características de un buen vendedor.**

Antes que nada la persona que se dedique a las ventas debe desarrollar una gran Autoestima.

- Poseer el don de la empatía.
- Ser tenaz en la consecución de sus objetivos.
- Ser trabajador organizado.
- Gozar de buena salud.
- Tener presencia agradable.
  
- Poseer un vocabulario selecto y gozar de facilidad de palabra.
- Ser leal a la empresa.
- Tener conciencia de la honradez.
- Ser creativo.
- Tener capacidad para retroalimentarse de pensamientos positivos.
  
- Poseer el don de la persuasión.
- Ser estable emocionalmente ( no se deje llevar por la situación).
- Ser entusiasta.
- Poseer una gran capacidad de amar.
- No discutir jamás
- Saber escuchar.

- **50 Ideas para un vendedor que quiere trabajar en equipo.**

01. Asumir la responsabilidad personal por la calidad.
02. Haga un compromiso para la mejora continua.
03. Cumpla sus compromisos.
04. Haga una lista diaria por hacer
05. Acepte la ayuda con amabilidad
06. Dirija cuando se necesite a un dirigente.
07. Defina que es excelencia.
08. Sea parte de una solución.
09. Reconozca sus errores.
10. Ponga su parte en el esfuerzo del grupo.
  
11. Aprenda a decir lo siento.
12. Aprenda algo nuevo cada día.
13. Logre tener cero defectos.
14. Hágase cargo del estado de ánimo.
15. Inspire confianza.
16. Ofrezca sugerencias.
17. Busque oportunidades en las perdidas y en los errores.
18. Acepte la revisión como prueba de que a alguien le importa.
19. Haga una revisión de usted mismo.
20. Conozca la misión de sus organización.

21. Conozca las metas de su grupo.
22. Indique y determine las reuniones del grupo.
23. Duros con los problemas y suave con la gente.
24. Prepárese para los tiempos de tempestad.
25. Ayude a su grupo para lograr el consenso para llegar a una unificación de ideas.
26. Aprecie la diversidad de su grupo.
27. Desarrolle un proceso eficaz para resolver problemas.
28. Celebre su éxito.
29. Haga preguntas abiertas.
30. Ayude con las tareas del grupo.
  
31. Comparta tanto ideas como problemas.
32. Use la insatisfacción creativa como motivador.
33. Ignore las quejas.
34. Escuche con respeto a los miembros del grupo.
35. Establezca empatía con los otros miembros del grupo.
36. Practique el dicho: **Dicen más las acciones que las palabras.**
37. De al menos otra solución a los problemas.
38. Defina el termino de clientes.
39. Comparta su experiencia.
40. Utilice su juicio.
  
41. Defina entre su trabajo y su deber.
42. Desarrolle relaciones amistosas.
43. Todo el mundo es un cliente.
44. Ayude cuando el tiempo apremie.

45. Escuche activamente a su cliente.
46. Utilice los nombres de sus clientes.
47. Ofrézcase hacer la tarea.
48. Recompense a los clientes.
49. Aproveche al máximo sus contactos telefónicos.
50. Cumpla su promesa.

## **4.5 EL VENDEDOR**

Se le conoce como vendedor a toda persona que se dedica a la profesión de las ventas. Anteriormente este oficio no requería de mucha formación, pero a medida que se ha ido complicando y acelerando la economía en todas partes, se ha ido dificultando y refinando la labor del vendedor, hasta crear los departamentos de ventas, las organizaciones y los consultorios especializados.

Para la realización del trabajo de vendedor, la persona, deberá dedicar cuando menos 8 horas normales de trabajo. Además debe de planear como puede disminuir el tiempo en los traslados, ya sea agrupar por cuadras, por zonas, o por región. Se debe de buscar la manera de obtener, el mayor rendimiento y productividad con el mínimo esfuerzo.

### **En lo que el vendedor emplea su tiempo:**

Tiempo dedicado a localizar prospectos nuevos.	1%
Tiempo esperado a ser recibido por el prospecto.	5%
Tiempo de traslado, entre visitas.	37%
Tiempo real, dedicado a vender.	17%
Tiempo dedicado a otras actividades relacionadas con las ventas (informes, reportes, hacer citas, etc.)	27%
Conversaciones no directamente relacionadas con ventas.	11%
Tiempo ocioso del vendedor.	2%

Para poder lograr el mayor aprovechamiento del tiempo y el ahorro de trabajo es necesario, conocer que tipo de transporte se puede utilizar para que el producto llegue a su destino, o por el contrario recurrir a agencias que facilitan este trabajo.

*En el caso de la empresa La Tradicional de Salgado, se utiliza un automóvil para traslados regionales y en caso de que se haga un pedido de otro Estado se contratan los servicios de agencias como: Estafeta, Actsa, DHL.*



## 4.5.1 EL VENDEDOR EN TERRITORIOS

- **Planeación de rutas**

Para poder analizar y cubrir cada ruta es necesario que el vendedor divida su ruta por:

**Agrupación por zonas.**

**Trabajo por orden de importancia.**

**Trabajo por horario.**

**Peinado de zona.**

- **Agrupación por zonas.**

El vendedor divide el territorio que tiene que cubrir en zonas de trabajo, si algún día no puede terminar la zona se quedará inconclusa para la siguiente ocasión que le toque asistir.

- **Trabajo por orden de importancia.**

El vendedor debe aplicar un criterio selectivo a la preparación de listas de visitas, además deberá asignar las mejores horas del día a las visitas más prometedoras, deberá planear el número de visitas suficientes para asegurar en lo posible la meta semanal.

El vendedor debe de procurar hacer el recorrido más directo que sea factible, para evitar perder tiempo en caso de que falle alguna entrevista con algún nuevo prospecto es necesario tener actividades secundarias y por último el vendedor debe de informarse si los clientes se van de vacaciones, viajarán determinados días o no se encontrarán.

- **Trabajo por horario.**

Los vendedores ya saben a que hora pueden encontrar a las personas, este tipo de plan requiere un mayor recorrido y esfuerzo, pero elimina las demoras por espera o tener que regresar por si no están.

- **Peinado de zona.**

Es cuando acuden a una zona y ahí acuden a todos los lugares que visitan para entregarles mercancía.

Para poder controlar mejor las ventas existen dos alternativas:

1. La realización de juntas de ventas, esto con la finalidad de recibir retroalimentación del personal, para saber que es lo que está haciendo y como van las ventas, se recomienda hacer por lo menos una junta por semana.

2. Las ventas deben de estar muy bien organizadas es por esto que se recomienda hacer un registro para tener un control, este

tipo de registro nos ayudará a obtener las cifras de ventas de los últimos años, se anota el porcentaje de aumento o disminución, nos ayudará a preparar graficas comparando la cantidad de ventas logradas en cada mes, esto nos dirá en que meses el producto no se está vendiendo.

En el ANEXO 6 se presentará la forma para el control de los prospectos y otro para hacer un reporte de trabajo, éstas sirven para hacer un archivo de ventas, que en los próximos años dirá cuanto ha crecido la empresa.

#### **4.5.2 MEDIOS PARA PREPARAR AL VENDEDOR EN UNA EMPRESA PEQUEÑA**

Las empresas pequeñas no pueden invertir mucho en la capacitación de sus empleados de ventas es por esto que se les recomienda que aprovechen los cursos que ofrecen grupos especializados de ventas.

- Una alternativa es suscribirse a publicaciones y boletines de ventas, en donde se ofrecen consejos y sugerencias prácticas sobre ventas.
- Mandar a sus empleados a cursos de ventas, que se ofrecen en las universidades.

- Acudir a las librerías y comprar libros que hablen sobre ventas y capacitación de ventas.
- Otro es que un gerente de ventas de una compañía desempeñara el papel de instructor y asignar el material de lectura a cada persona en el equipo de ventas, todo esto con la finalidad de obtener personal de ventas más capacitado.

#### 4.6 COMO MANTENER CONTENTO AL CLIENTE

**Primero:** Hay que hacer visitas frecuentes, estas visitas se tienen que hacer en persona. El hacer llamadas telefónicas para solicitar un pedido es una invitación a irse con la competencia.

- A qui entraría la propuesta de llevar el producto de casa en casa para que el cliente lo pueda adquirir sin ninguna molestia de traslado, de tráfico o de más.

**Segundo:** Ayudar al cliente a hacer el mejor uso del producto de la compañía, y cuando haya innovaciones platicarlo.

**Tercero:** Deben de ser los defensores del cliente dentro de sus propias compañías. Cuando hay discusiones, deben explicar el punto de vista del cliente, deben de solucionar reclamaciones por garantías, bienes dañados, empaques perdidos, devoluciones, etc.

**Cuarto:** Aprender el negocio del cliente, es conocer sobre el giro del cliente y sus métodos.

**Quinto:** Ser sinceros en relación a cualquier problema, es cuando el vendedor sabe algo de un producto que quiere comprar el cliente debe de informárselo.

**Sexto:** Dar seguimiento a los pedidos, a las entregas, al desempeño del producto, a la satisfacción del cliente y a los requisitos futuros.



Punto de venta de la empresa La Tradicional de Salgado

- **Motivación para el vendedor**

Para motivar a los vendedores se puede dar una buena remuneración, capacitación continua, estímulo y respaldo además darles las herramientas y la confianza necesaria para que realice su trabajo con efectividad.

En algunas empresas utilizan las primas (Cantidad adicional del sueldo) y la comisión que se otorga cuando el vendedor llega a la cifra de ventas fijada por la compañía o la sobrepasa para motivar a los vendedores.

#### **4.7 PASOS PARA VENDER EN UNA TIENDA**

**Introducción**

**Exposición**

**Demostración**

**Cierre**

**Servicio**

**Cobro**

**Una venta repetitiva**

**Revisión de inventarios**

**Visita o llamada de cortesía.**

## **Venta de un producto adicional.**

- **Introducción.**

Este es el momento más importante por lo tanto debe de aprender dos o tres formas distintas para abordar al cliente.

**Ejemplo:** Buenos días, bienvenida a nuestra tienda *La Tradicional de Salgado*, soy Erika y estoy para atenderla.

- **Exposición.**

Este es cuando un grupo de personas visita la empresa para lo cual es necesario contar con un catálogo o con fotografías, en donde se puede ir explicando todo el proceso de producción y distribución.

- **Demostración.**

Consiste en mostrar el producto físicamente al cliente, explicándole todas las ventajas, cualidades, sabores, tamaño y precio, se le ofrece al cliente una degustación del producto, para que lo pruebe y se convenza.

- **Cierre.**

Es cuando el cliente está convencido del producto, se le invita a pasar a la caja para cerrar la venta, o se le puede hacer un comentario como por ejemplo: está muy rico, y decir que otros dulces tienen.

“Recuerde es darle a escoger al cliente entre algo y algo, no entre algo y nada.”<sup>18</sup>

**Ejemplo:** Prefiere una cajeta envinada o una natural.

- **Servicio.**

Es la atención que el vendedor debe de tener con el cliente, mostrarle los productos, darle el precio, decir la variedad de sabores, los tamaños, esto hasta que el cliente quede satisfecho y haga la compra.

- **Cobro.**

Cuando el cliente decide comprar el producto aquí se termina el proceso de venta.

- **Venta repetitiva.**

Si hicimos una buena venta la persona regresará y comprará más productos. Cuando una persona está satisfecha del producto recomienda la tienda como la mejor, a sus conocidos, y aquí no hemos ganado únicamente que regrese nuestro cliente, sino que nos ha recomendado y hemos ganado más clientes.

- **Revisión de inventarios.**

Cuando el cliente nos visita constantemente le debemos de ofrecer los nuevos productos que acaban de llegar y darle una degustación para que los pruebe.

---

<sup>18</sup> información del manual del Centro de Desarrollo Personal y Empresarial S. A. de C. V., Av. Niños Héroes No. 2804 Int.1 Guadalajara Jalisco, Pág. 13.



- **Visita o llamada de cortesía.**

Se recomienda hacer una llamada o enviarle a nuestros clientes una tarjeta o una pequeña carta agradeciendo su compra y recordarle que estamos a sus ordenes para atenderlos en un futuro.

- **Venta de un producto adicional.**

Es una estrategia que debe aplicarse en cada venta que se haga, para que el cliente se lleve un producto adicional.

**Ejemplo:** Si el cliente quiere natillas, decirle mire también tenemos estos jamoncillos y están igual de ricos.

#### **4.8 COMO VENDER SUS PRODUCTOS EN UNA CADENA DE TIENDAS, EN EL CASO DE (COMERCIAL MEXICANA)\***



Crestomatía

Para que la cajeta de Celaya se posicione en el país es necesario contar con una buena distribución de producto, y que mejor que ingresar a una tienda de auto servicio ya sea Comercial Mexicana, Gigante, Soriana, Aurrera, entre otras.

---

\* Entrevista proporcionada por la C. P. Diana Alarcón Guadarrama, de la empresa Productos Dolche del Bajío, S. A de C. V.

La ciudad de Celaya cuenta con estas empresas pero lamentablemente ninguna empresa cajetera ha entrado a estas cadenas de autoservicio.

Para poder ingresar a alguna tienda de autoservicio se tiene que informar como se conduce cada una de ellas, ya sea por medio del Internet o por parte el encargado de ventas, en el caso de internet podemos encontrar varios formatos que las empresas interesadas, tiene que llenar para poder clasificar el producto. (este formato se puede ver en el ANEXO 7 de esta tesis).

Nos enfocaremos en la empresa **Comercial Mexicana**, para poder entrar a esta cadena es necesario contactar aquí en la ciudad de Celaya al Gerente José Antonio Martínez Martínez quien les informará y les dará la dirección de las instalaciones de la ciudad de México, este es el único lugar en el cual se puede acudir para poder ingresar, a esta cita deben de llevar muestras del producto, los cuales ellos, los analizarán y mandarán muestras al laboratorio.

Si les convence el producto mandarán llamar a la empresa, para determinar cantidad de productos, el precio y el lugar que se le dará en los stand de cada tienda; como se informó no se cuenta con un contrato escrito todo es de palabra, pero en caso de que la empresa interesada no proporcione el producto a tiempo y la cantidad acordada se les cobra una multa a base de producto,

las ganancias de los productos vendidos es únicamente para la empresa quien lo realiza.



Crestomatía

El producto se tiene que entregar el día acordado, en una bodega que esta ubicada en Calz. Vallejo 980 Col. Industrial Vallejo, México. D.F., en donde los encargados harán llegar este producto a cada una de las tiendas, cuando **Comercial Mexicana** pide exclusividad el producto no se puede vender en ninguna otra tienda de auto servicio, después de aproximadamente 2 años o hasta deshacer el contrato.

La forma de pago es por medio de cheque y va dirigido a la empresa correspondiente, en caso de que no se venda el producto se regresa, porque se cuida mucho la calidad del producto y no quieren mercancía vieja en los stand.

#### 4.9 ALTERNATIVAS PARA UN MEJOR DESEMPEÑO EN LAS VENTAS.

- Una de las propuestas de ventas que se recomiendan es dividir primero la ciudad de Celaya por zonas saber en cuales colonias se puede vender la cajeta y acudir un mes por las calles de determinada área, tocando de puerta en puerta para que adquieran los productos y los conozcan.

Para llevar a cabo esta propuesta se requiere un carro, tres personas (una para que lo maneje, dos para vender el producto uno por la acera derecha y el otro por la acera izquierda), llevar producto suficiente para poder venderlo e iniciar con una promoción del 2 x 1, para que la venta se haga más atractiva, y se pueda adquirir los productos, además se capacitaría a las personas con un pequeño curso de ventas para que sepan como tratar a los clientes y sobre todo darle la información necesaria sobre el producto y la empresa.

- Lo que se recomienda es que lleven acabo una estrategia en donde se reconozca a los clientes, por medio de un carnet llamado **Nuestro cliente de Tradición**, el cual se les puede otorgar a las personas que consuman más de 1000 pesos o que visite la tienda tres veces al mes.

**El objetivo** de esta alternativa lo que se pretende es generar clientes contentos y fidelidad por parte de ellos hacia la empresa.

Las ventajas de manejar esta tarjeta es que la empresa puede crear una base de datos de los clientes recientes, cuanto consume y cada cuando lo hace, esto por medio del programa Excel se capturaran los siguientes datos de la persona:

- Fecha de inicio
- Nombre de la empresa o persona
- Ocupación
  
- Ciudad
- Domicilio
- Teléfono
  
- e-mail
- Representante
- Forma de pago

**Reglamentación** para hacer acreedor del carnet cliente de Tradición.

1. Hacer el contacto con esta persona y entregarle su carnet.

## 2. Dar seguimiento vía teléfono, vía promoción o contacto directo.

La ventaja que tienen los clientes al obtener esta tarjeta es descuentos durante todo el año, participación en promociones en fechas importantes como en época Navideña, Año nuevo, el día de las madres.

Para la realización de este proyecto es necesario asignar a una persona para que realice este proyecto, sus obligaciones serán informarle a cada cliente de las promociones que se manejan, obtener todos los datos, saber que dulces prefiere y cuál es su forma de pago, e incluso donde trabaja o el horario en que la puede encontrar.

<h3>FRENTE</h3> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: 80%;"><p style="text-align: center;">CARNET CLIENTE TRADICIONAL</p><table border="0" style="width: 100%;"><tr><td style="width: 15%; border: 1px solid black; height: 100px; vertical-align: middle; text-align: center;">Fotografía</td><td style="padding-left: 10px;">Nombre de la empresa _____</td></tr><tr><td></td><td style="padding-left: 10px;">Nombre del representante _____</td></tr><tr><td colspan="2" style="padding-top: 10px;">Domicilio _____</td></tr><tr><td style="padding-top: 10px;">Correo electronico _____</td><td style="padding-top: 10px;">Telefono _____</td></tr></table></div>	Fotografía	Nombre de la empresa _____		Nombre del representante _____	Domicilio _____		Correo electronico _____	Telefono _____	<h3>REVERSO</h3> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: 80%;"><p style="text-align: center;">CARNET CLIENTE TRADICIONAL</p><table border="0" style="width: 100%;"><tr><td style="width: 40%;">Número de control</td><td style="width: 60%; border: 1px solid black; text-align: center; vertical-align: middle;">Imagoripo de la empresa</td></tr><tr><td colspan="2" style="padding-top: 20px; text-align: center;">_____ Firma del presidente dueño de la empresa cajetera</td></tr></table></div>	Número de control	Imagoripo de la empresa	_____ Firma del presidente dueño de la empresa cajetera	
Fotografía	Nombre de la empresa _____												
	Nombre del representante _____												
Domicilio _____													
Correo electronico _____	Telefono _____												
Número de control	Imagoripo de la empresa												
_____ Firma del presidente dueño de la empresa cajetera													

Propuesta de Carnet cliente tradicional

# **CAPÍTULO 5**

**5.1 Ampliar línea de productos**

**5.2 Proporciones**

**5.3 Gama cromática**

**5.4 Tipografía primaria y secundaria**

**5.5 Aplicaciones y uso**

**5.6 La cajeterita**

**5.7 Empanada de cajeta**

**5.8 Galletas de cajeta**

**5.9 Los problemas de los nuevos productos**

**5.9.1 Cotización y materiales para la realización de los productos**

## 5.1 AMPLIAR LÍNEA DE PRODUCTOS

Una vez que hablamos de temas como: antecedentes históricos de la cajeta, intentos de apoyo al producto y estrategias de ventas; pasamos a hacer algunas sugerencias que tienen como propósito rescatar el mercado por parte de las empresas cajeteras.

A lo largo del tiempo la cajeta ha tenido cambios de presentación y un aumento en los sabores, como se mencionó en capítulos anteriores; más sin embargo, las empresas celayenses productoras de cajeta no lo han ampliado, ni han generado un cambio de sus productos, razón por la cual, el concepto cajeta se ha estancado como sinónimo de alimento o postre.

Como dice Munich Galindo en su libro Fundamentos de Administración:

“una compañía tiene que saber desarrollar nuevos productos, y también saber administrarlos frente a gustos, tecnologías y competencia, en constante cambio. Aparentemente, cualquier producto tiene un ciclo de vida, nace, pasa por diversas fases y a la larga muere cuando surgen otros que satisfacen mejor las necesidades de los consumidores”<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> MÜNCH,GALINDO y GARCIA MARTINEZ, "Fundamentos de Administración", editorial Trillas, 5 edición, México,1990, Pág.280-285



De esta forma es como las empresas celayenses tienen el reto de buscar un rejuvenecimiento y adaptación de sus productos, actividad que en sí, la industria cajetera local poco ha realizado. En este capítulo mi propuesta se justifica por el intento de desarrollo de nuevos productos que le den una aplicación y concepción diferente a lo que hoy en día se entiende por cajeta.

A manera de propuesta he generado una marca distintiva de la cajeta, basada en una chivita que se dedica a hacer golosinas. En este punto radica lo primordial de mi ensayo, es decir, lo que se pretende es generar una marca que denote un conjunto de productos que cambien la forma de comer cajeta e integrarla al mercado, no como un alimento o postre, sino como una golosina o caramelo.



Imagotipo sin color, propuesto de nuestra marca.

Por está razón se pensó en un imagotipo en el cual una chivita estuviera preparando cajeta en un cazo y una fogata; nuestro personaje se distingue como alegre y sonriente, con un mandil blanco, mirando hacia el frente, con los brazos abiertos como invitando a degustar el producto que acaba de terminar y con su tradicional pala en la mano izquierda.

Algunos de los valores que se quieren evocar con está imagen son:

**Alegría**

**Buen gusto**

**Trabajo**

**Niñez y juventud**

**Limpieza**

**Novedad**

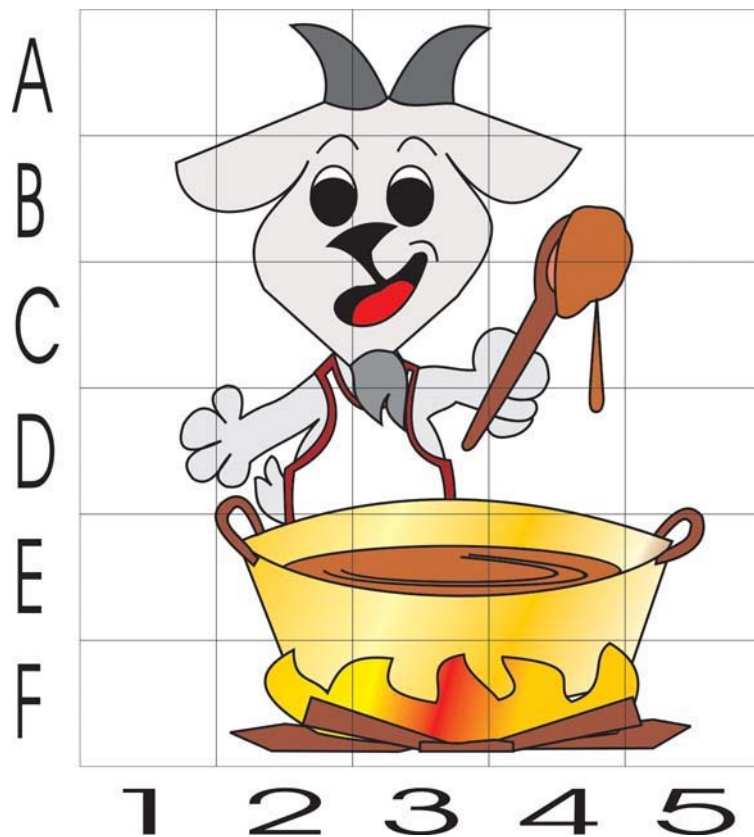


Imagotipo propuesto de nuestra marca

## 5.2 PROPORCIONES

Para poder utilizar de una mejor manera nuestra chivita es necesario indicar las proporciones que está tendrá en cada uno de nuestros productos.

Los trazos de nuestra chiva se pondrán en escala cuadro a cuadro, tomando como referencia las horizontales: 1,2,3,4 y 5, además, se integra con referentes verticales: A, B, C, D, E Y F. esto como siguiente la imagen que a continuación se presente.



### 5.3 GAMA CROMÁTICA

A continuación se mostrarán los colores que le dieron vida a nuestra marca y el por qué de los colores que utilizamos, yéndonos a la psicología de cada uno de ellos y sus claves en **Pantone** y combinación, ya que son códigos de colores internacionalmente conocidos por las imprentas y sirve para que al indicar un color, este se produzca en el tono exacto.

**Blanco:** Representa limpieza, inocencia, paz y alegría.

COMBINADO EN: C,M,Y,K		COMBINADO EN: R,G,B		PANTONE
C	0	R	250	Warm Gray 1 CVC
M	0	G	250	
Y	0	B	250	
K	0			

**Amarillo:** Grandeza, novedad, seguridad, alegría, te invita a comer, juventud y ternura.

COMBINADO EN: C,M,Y,K		COMBINADO EN: R,G,B		PANTONE
C	0	R	248	Yellow 012 CVC
M	20	G	196	
Y	100	B	0	
K	0			

**Café:** Seriedad y es el color propio de la cajeta.

COMBINADO EN: C,M,Y,K		COMBINADO EN: R,G,B		PANTONE
C	0	R	183	Pantone 167 CVC
M	60	G	104	
Y	80	B	62	
K	20			

**Rojo:** Insita a comer, representa amor al producirlo y hacerlo.

COMBINADO EN: C,M,Y,K		COMBINADO EN: R,G,B		PANTONE
C	0	R	218	1788 CVC 2x
M	100	G	37	
Y	100	B	29	
K	0			

**Negro:** Seriedad, seguridad, formalidad y atención, su función en la imagen es destacar y sobresaltar los gestos y bordes.

COMBINADO EN: C,M,Y,K		COMBINADO EN: R,G,B		PANTONE
C	0	R	96	Cool Gray 10 CVC
M	0	G	94	
Y	0	B	93	
K	70			

**Gris:** Se utiliza este color para hacerlo distinto a los fondos en los que posiblemente se puede perder el color blanco, el negro o café. Representa el buen gusto.

COMBINADO EN: C,M,Y,K		COMBINADO EN: R,G,B		PANTONE
C	6	R	235	Pantone 434 CVC
M	6	G	231	
Y	5	B	232	
K	0			



Gama cromática

## 5.4 TIPOGRAFÍA PRIMARIA Y SECUNDARIA

La tipografía debe ser la autorizada, para utilizarse únicamente en los textos de los productos, por lo tanto no se podrá utilizar ningun otro tipo de letra en los empaques que la tipografía primaria o secundaria, es por esto que, para que nuestros productos tengan uniformidad se ha optado por utilizar en cada uno de sus nombre la tipografía Dauphing en mayúsculas y minúsculas que sería de la siguiente forma:

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ,**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ,**

**Abcdefghijklmnñopqrstuvyz,**

**Abcdefghijklmnñopqrstuvyz,**

**1234567890, .-;”·\$%&//(O)==?¿**

Ejemplo:

**LA CAJETERITA**

**LA CAJETERITA**

**La Cajeterita**

**La Cajeterita**

A parte de está tipografía, se propone una secundaria que servirá para presentar las indicaciones de cada uno de los productos, se escogió esté tipo de letra por la forma como está, muy redonda y entendible y por que es muy fácil de encontrar en cualquier imprenta; está tipografía denominada como secundaria será la Avangarde Bk Bt:

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ, ABCDEFGHIJKLMNÑ**  
OPQRSTUVWXYZ,  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz, abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**1234567890, .-i"□\$%&/(())= =?¿**

**Ejemplo:**

**EMPANADITAS DE CAJETA**

EMPANADITAS DE CAJETA

**Empanaditas de Cajeta**

Empanaditas de Cajeta



## **5.5 APLICACIONES Y USO**

**La marca tiene diversas reglas que nos ayudarán a su mejor manejo.**

- 1.- Siempre se presentará la chivita con el cucharón derramando una gota de cajeta. Recordar que en algunos de los productos la chiva pierde el cazo y la fogata quedando todo lo que originalmente se presenta después de su cintura.**
- 2.- Se podrá fondear y en las etiquetas de los productos donde se aplique.**
- 3.- Por ningún motivo se escribirá o pondrán objetos encima de la chivita.**

**Una vez que se ha justificado el imagotipo, así como su forma de uso, podemos ahora hacer la descripción de los productos que portarán dicha marca en sus embalajes.**

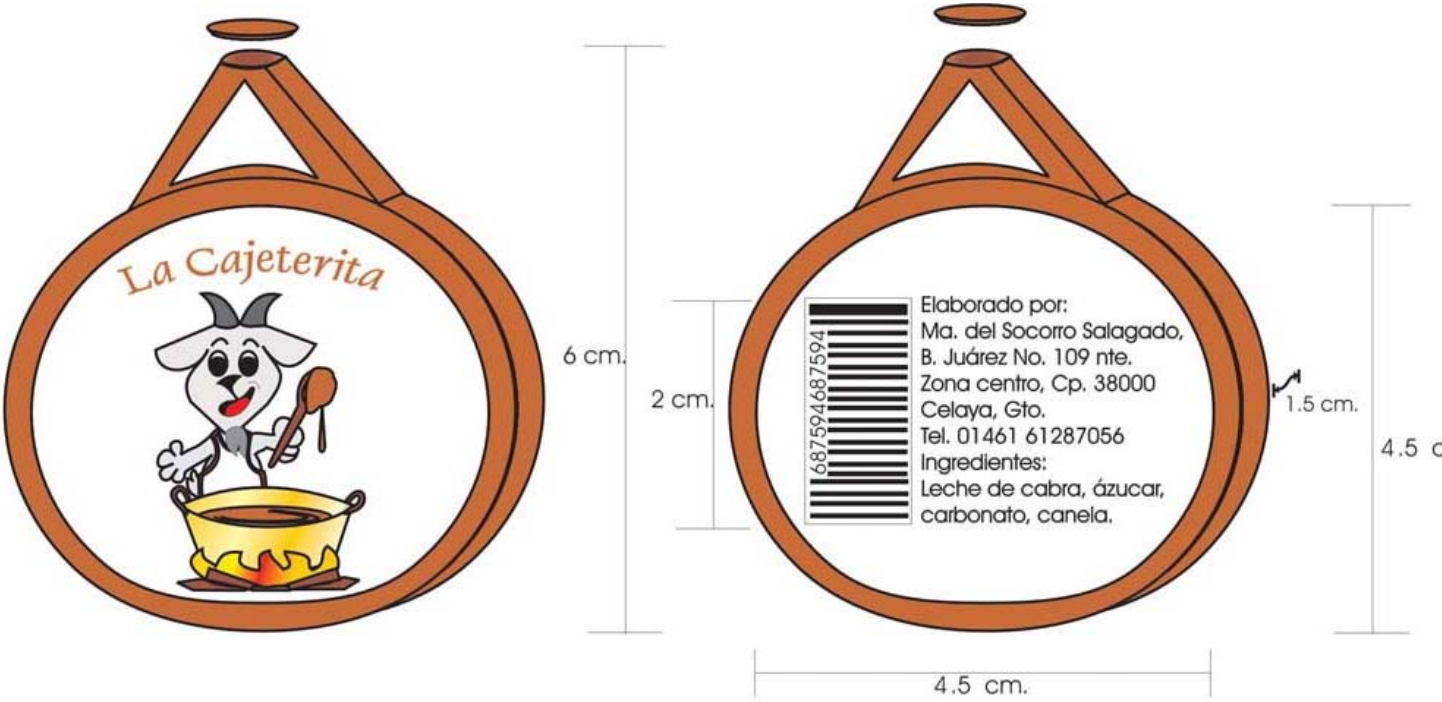
## 5.6 LA CAJETERITA

Como parte de una idea estratégica, en primer lugar, nos dirigiremos a un mercado que prácticamente no se ha tocado por la industria cajetera, los niños; pocas veces, por no decir que nunca, durante mi práctica profesional, llegué a ver que un niño comprara un envase de cajeta, sin embargo, con seguridad puedo afirmar que este producto es muy aceptado por los pequeños.

A fin de llegar al mercado de los infantes propongo que se genere un nuevo producto y una nueva presentación de la Cajeta, basada en el concepto golosina, es decir, que se olvide un poco la idea de que este producto sólo sirve de postre o alimento y pueda estar al alcance de los niños, tal y como si fueran a comprar un paquete de chicles.

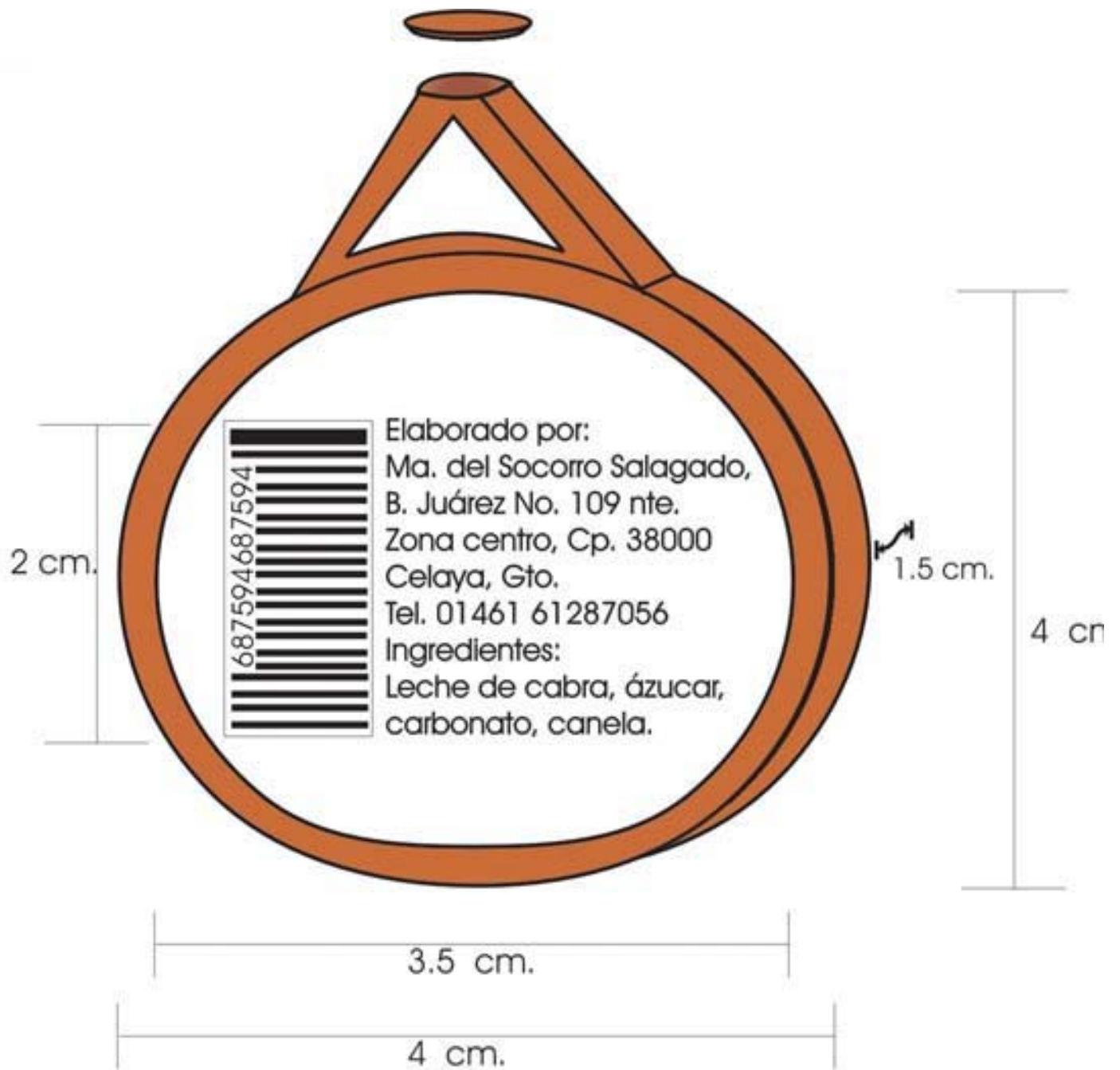
Para dar un poco más de información sobre nuestra idea, procederemos a hacer una descripción del mismo y en una caricatura la presentaremos como un simulacro: Consiste en un envase de cajeta de plástico y de forma circular, disimulando lo que sería la bola del agua; mediría un aproximado de 6 centímetros de alto, teniendo como punta la boquilla que es de donde sale la cajeta y está sellada por un tapón que entrará a presión; de grueso flexible tendrá aproximadamente 1.5 centímetros y 4.5 centímetros de ancho;

el producto contaría con el imagotipo de la marca en la parte del frente con el texto La Cajeterita, en letra Dauphin en curvada en un ángulo de 30 grados a una sola línea y en la parte trasera una etiqueta blanca con las especificaciones del producto y el código de barras.





Frente de la Cajeterita



Reverso de la Cajeterita

## **5.7 EMPANADITA DE CAJETA**

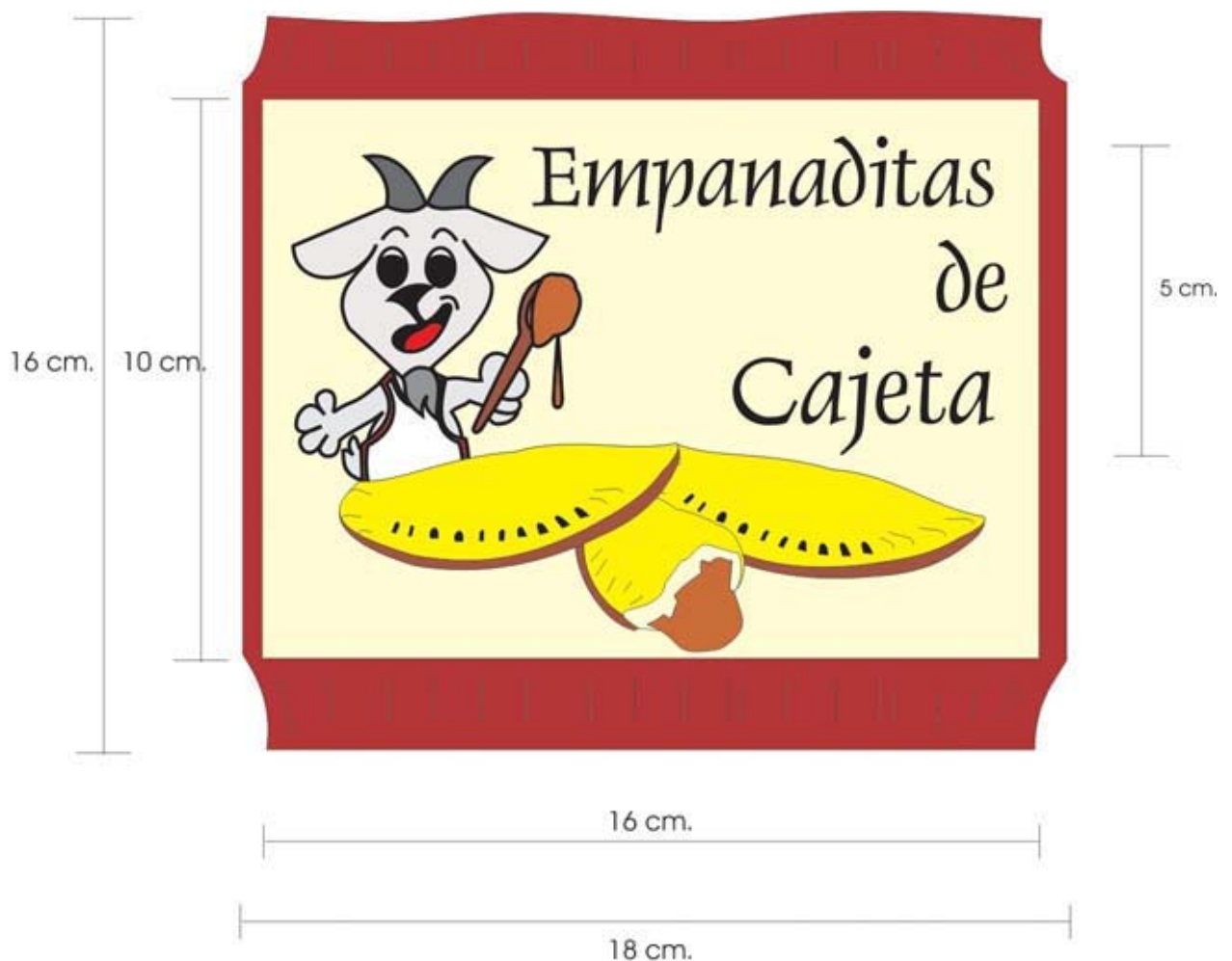
La cajeta se ha llegado a asociar con postres, cenas y los desayunos, pues se considera que esté es el momento más adecuado para degustarle; pero en la mayoría de las ocasiones este producto se consume acompañado de pan y cumple la función de aderezo, por esta razón se ha pensado en una empanada, que a decir verdad cumple con su función de novedad al ser un pan que normalmente es relleno de mermelada de fresa y de piña.

Este nuevo concepto de empanada con cajeta pretende atacar mercados juveniles, pues desde ahora, gracias a su envoltura de plástico lo podrán llevar sin el miedo de que se derrame en sus cosas.

Las Empanaditas de Cajeta pretenden atacar nuevos mercados, en especial a aquellos que no cuentan con el tiempo para ir a comprar cajeta a una tienda de distribución, desde ahora, ya pueden contar con un producto de buen sabor y sin necesidad de estar esperando el desayuno, la comida o la cena.

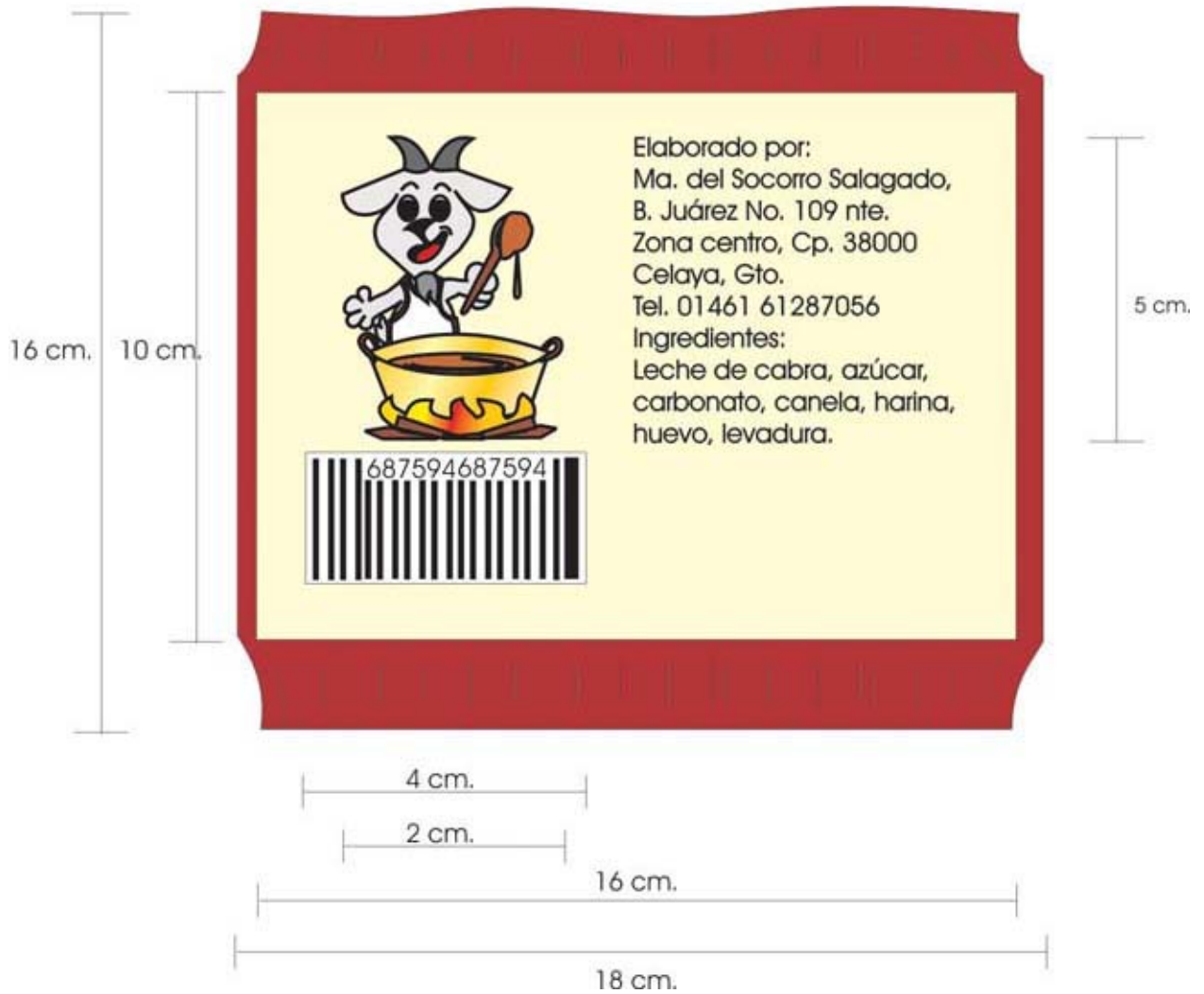
Nuestro producto se propone como una empanada rellena de cajeta y con un envoltorio de plástico de color rojo, flexible y fácil de abrir, que tendrá las siguientes medidas:

16 cm de alto por 18 de ancho. Su etiqueta será de amarillo claro que tendrá las siguientes dimensiones: 10 cm de alto por 16 de ancho, en la que en su parte frontal describe el nombre del producto en la parte derecha, con la tipografía primaria a número 20, de manera lineal y a tres renglones; en la parte central inferior están tres empanadas, dos completas y una mitad con cajeta escurriendo, justo en la parte de arriba de las empanadas se encuentra la chivita con su cucharón y la gota de cajeta, emulando que está rellenando las empanaditas de cajeta.



Parte frontal de las empanaditas de cajeta

En el reverso de la bolsa, vemos la marca genérica, los ingredientes, las características generales de la empresa productora y el código de barras. Cabe señalar que el ancho del código de barras y de la columna en donde se describen los ingredientes, será equivalente a 4 y 5 cm respectivamente.



Parte trasera de las Empanaditas de cajeta



## **5.8 GALLETAS DE CAJETA**

En las tiendas podemos encontrar galletas de diferentes sabores rellenas de muchos productos complementarios, pero no existe una galleta que contenga en sí cajeta, razón por la que se propone este producto, el cual estará en una envoltura rectangular en presentación de cuatro, organizadas en pares.

Por lo tanto la bolsa roja que las cubrirá será de 18 cm de alto por 9 cm de ancho y en su centro se imprimirá una etiqueta color amarillo claro que mide 14cm por 7 cm y el área proporcional que ocupa la chiva es de 4 centímetros que se complace en mostrar la galleta con cajeta. El nombre del producto está escrito en la tipografía primaria a 18 puntos y de manera recta y en tres renglones, además los textos están enmarcados por un círculo y un rectángulo de color mostaza.

Al reverso del producto encontramos la imagen de nuestra marca distintiva, las características de la empresa y de los ingredientes utilizados para su producción, así como el código de barras que en general tienen una anchura de 4 cm.



Parte delantera y trasera de las galletas de cajeta

## **5.9 LOS PROBLEMAS DE LOS NUEVOS PRODUCTOS**

**“Por nuevos productos entendemos productos originales, productos perfeccionados, productos modificados y marcas nuevas desarrolladas por el departamento de investigación y desarrollo de la propia compañía”<sup>20</sup>.**

**La implicación de Nuevos Productos, puede traer muchos riesgos, así que las empresas se enfrentan aun problema, desarrollar nuevos productos aunque las probabilidades de éxito sean pocas.**

**Lo único que intentamos con estás propuestas es recuperar un mercado que se ha perdido dejándolo a un lado, no sabiendo que esté mercado serán los adultos del mañana, quienes pueden ser los principales consumidores, por esto la preocupación por crear un producto para los más pequeños de la casa, que desde pequeños conozcan nuestras raíces de la cajeta tan rica que se produce en nuestra Ciudad.**

---

<sup>20</sup> idem

### 5.9.1 COTIZACIÓN Y MATERIAL PARA LA REALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS.

La cotización que se está ofreciendo fue otorgado por la empresa SOLUCIONES INTEGRALES EN PROMOCION S.A. DE C.V.

El material del los empaques de las empanadas y de las galletas, se llama Polipropileno y hay diferentes tipos, sencillo, metalizado, laminado o Película de Poliéster, esté material se imprime en rollo en una rotativa y se cotiza por kg. para una producción mínima como la que se necesita sería aproximadamente 50 kg.

La charola de las empanadas es en pvc de calibre 10 (es el que regularmente se utiliza) y por una cantidad mínima (1,000) el costo por charola sería de **\$1.50.00** pesos.



La bolsa de polipropileno para las empanadas ya impresa sería de \$ 2.75.00 pero todavía falta el acondicionamiento del producto que sería poner las empanadas en la charola, meterlas en la bolsa y sellar la bolsa que sería de \$ 1.75 así que nos dá un costo de **\$ 6.00** pesos, por pieza.

Para las galletas es el mismo proceso, pero sin charola que sería de la siguiente forma: bolsa para galletas en polipropileno impreso a 4x 0 medida final de 18 x 9 \$2.75 acondicionamiento de las galletas y termo sellado \$ 1.75 costo total del empaque **\$ 4.50** pesos, por pieza.



Estos precios son sin IVA, la forma de cotizar que maneja la empresa Soluciones Integrales en Promoción S. A. de C.V. es tomando un mínimo de 1,000 piezas para comenzar hacer la producción, si fuera una cantidad más alta, el costo de producción bajaría notablemente.

# ANEXOS

NORMA Oficial Mexicana NOM-132-SCFI-1998, Talavera-Especificacion

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Mexicanos.- Secretar a de Comercio y Fomento Industrial.- Direcci n de Normas.- Direcci n de Normalizaci n.- Subdirecci n de Normalizaci n  
NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-132-SCFI-1998, TALAVERA-ESPECIFICACIONES.

La Secretar a de Comercio y Fomento Industrial, por conducci n de la Direcci n General de Normas, con fundamento en los art culos 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000

CONSIDERANDO

Que con fecha 11 de septiembre de 1997 se public en el Diario Oficial de la Federaci n la Declaratoria General de Protecci n de la Denominaci n de Origen Talavera, la cual establece como regi n geogr fica la zona de Talavera de Puebla, que comprende los distritos judiciales de Cholula, Puebla y Tecali, todos ellos dentro de los l mites del Estado de Puebla;

Que es responsabilidad del Gobierno Federal establecer las medidas de apoyo que sean necesarias para garantizar que los productos que se denominen de origen se apeguen a los referentes establecidos en la Norma Oficial Mexicana correspondiente y, de esa manera, garanticen el bienestar de los consumidores, tanto en el mercado nacional como en el extranjero;

Que aunado a lo anterior, es preciso proporcionar a los sectores involucrados en la producci n y comercializaci n de Talavera, las medidas necesarias para controlar la calidad del producto que elaboran o comercializan;

Que habi ndose cumplido el procedimiento establecido en la Ley Federal sobre Metrolog a y Normalizaci n para la elaboraci n de proyectos de normas oficiales mexicanas, la Presidenta del Comit Consultivo Nacional de Normalizaci n de Seguridad al Usuario, Informaci n Comercial y Metrolog a y Comercio orden la publicaci n del Proyecto de Norma Oficial Mexicana NOM-132-SCFI-1998, Talavera-Especificaciones, lo que se dio a conocer en el Diario Oficial de la Federaci n el 27 de marzo de 1998, con objeto de que los interesados presentaran sus comentarios al citado Comit Consultivo en el periodo de 60 d as;

Que durante el plazo de 60 d as naturales, contados a partir de la publicaci n de dicho proyecto de norma oficial mexicana, la Manifiestaci n de Impacto Regulatorio a la que se refiere el art culo 45 de la Ley Federal sobre Metrolog a y Normalizaci n, estuvo a disposici n del p blico para que dentro del mismo plazo, los interesados presentaron sus comentarios;



proyecto de norma, los cuales fueron analizados por el citado comite realizándose las modificaciones procedentes;

Que transcurrido el plazo señalado y habiéndose discutido los recibidos, con fecha 10 de septiembre del presente año, el Comité Nacional de Normalización de Seguridad al Usuario, Información Prácticas de Comercio, aprobó por unanimidad la norma referida;

Que la Ley Federal sobre Metrología y Normalización establece normas oficiales mexicanas se constituyen como el instrumento idóneo para la prosecución de estos objetivos, se expide la siguiente Norma Oficial NOM-132-SCFI-1998, Talavera-Especificaciones.

En virtud de todo lo anterior, esta Norma Oficial Mexicana entrará en vigor a partir de la fecha en que sea publicada en el Diario Oficial de la Federación por el cual la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial por conducto de la Dirección General de Normas, dará el reconocimiento de acreditamiento del organismo de evaluación de la conformidad del objeto de esta Norma. En todo caso, dicho organismo deberá emitir la certificación del producto elaborado en la región geográfica señalada en la Declaratoria General de Protección a la Denominación de Origen vigente.

México, D.F., a 11 de noviembre de 1998.- La Directora General Carmen Quintanilla Madero.- Rubrica.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-132-SCFI-1998, TALAVERA-  
ESPECIFICACIONES

PREFACIO

En la elaboración de la presente Norma Oficial Mexicana participaron las siguientes empresas e instituciones:

- ANSAR TALAVERA.
  - ASOCIACION MEXICANA DE ESTUDIOS PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR, A.C.
  - BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA.
  - CAMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MEXICO.
  - CASA PADIERNA.
  - COMISION DEL PATRIMONIO EDIFICADO DEL ESTADO DE PUEBLA.
  - COMITE CONSULTIVO PARA LA DENOMINACION DE ORIGEN TALAVERA.
  - FONDO DE FOMENTO INDUSTRIAL DEL ESTADO DE PUEBLA Y PROMOTORA DE PUEBLA.
  - INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.
  - LA CONCEPCION.
  - LA TRINIDAD, S.A.
  - LOZA BLANCA Y AZULEJOS DE PUEBLA, S.A. ~~CDV~~.
  - SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL.
- Dirección General de Normas.

- SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE PUEBLA.
- SECRETARIA DE GOBERNACION DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE PUEBLA.
- SECRETARIA DE SALUD.
  - Direcci n General de Calidad Sanitaria de Bienes y Servicios.
  - Direcci n General de Salud Ambiental.
- SOCIEDAD MEXICANA DE CERAMICA, ZONA PUEBLA - TLAXCALA, A.C.
- TALAVERA ALONSO LUIS.
- TALAVERA CELIA.
- TALAVERA CESAR TORRES.
- TALAVERA PEDRO TECAYEHUATL.
- URIARTE TALAVERA, S.A. DE C.V.

#### 0. Introducci n

Esta Norma Oficial Mexicana se refiere a la Denominaci n ( Talavera, cuya titularidad corresponde al Estado mexicano en t Ley de la Propiedad Industrial.

La emisi n de esta Norma Oficial Mexicana es necesaria de confo el resolutivo segundo de la Declaratoria General de Prote Denominaci n de Origen Talavera , publicada en el Diario Ofi Federaci nel 11 de septiembre de 1997 y con la fracci n XV del ar la Ley Federal sobre Metrolog a y Normalizaci n.

#### 1. Objetivo

Esta Norma Oficial Mexicana establece las especificaciones cumplir la cer mica denominada Talavera .

#### 2. Campo de aplicaci n

Esta Norma Oficial Mexicana se aplica a la cer mica elaborada d proceso que m s adelante se detalla, con barros extra dos c geogr fica comprendida en la Declaratoria General de Prote Denominaci n de Origen Talavera , publicada en el Diario Ofi Federaci nel 11 de septiembre de 1997. Se aplica a cualquier obj cer mica, ya sea para uso como contenedor de alimentos y beb recreativo o decorativo.

#### 3. Referencias

Esta Norma se complementa con las siguientes normas oficiales y normas mexicanas vigentes o las que las sustituyan:

NOM-009-SSA1-1993 Salud ambiental-Cer mica vidriada-M todos prueba para la determinaci n de plomo y ca soluble, publicada en el Diario Oficial de la Fe el 15 de noviembre de 1994.

NOM-010-SSA1- 1993Salud ambiental-Art culos de cer mica vidr  
L mite de plomo y cadmio solubles, publicada  
Diario Oficial de la Federaci15nde noviembre de  
1994.

NMX-Z-12/1,2,3-1987Muestreo para la inspecci n por atrib  
Declaratoria de vigencia publicadaDiario Oficial  
de la Federaci1 28 de octubre de 1987.

#### 4. Definiciones

Para efectos de esta Norma Oficial Mexicana se establecen las  
definiciones:

##### 4.1 Agua destilada

Agua libre de sales y metales.

##### 4.2 Anagrama

Signo o s mbolo gr fico representativo, cuya simple visualiza  
suficiente para identificar el otorgamiento de la autorizaci  
denominaci n de origen Talavera al productor, por parte del Ins  
de la Propiedad Industrial. Se representa con el siguiente s mbol

##### 4.3 Apariencia difusa

Que se extiende sobre el esmalte base no observ ndose l n  
definidas.

##### 4.4 Aspecto v treo

Formado en su mayor parte por fase amorfa (no cristalina).

##### 4.5 Barro en gre a

Barro en su estado natural, como se extrae de la mina.

##### 4.6 Cer mica

Material inorg nico no met lico que se produce por sinter  
materiales inorg nicos a altas temperaturas, cuyo principal com  
xido de silicio y otros silicatos complejos (caolines, arcilla,  
La superficie puede ser esmaltada o esmaltada para hacerla m s impermea  
resistente, o con prop sitos decorativos.

##### 4.7 Craquelado

Fisuras que presenta el esmaltado en la pieza terminada y que  
como finas l neas en la capa de esmalte, resultado de un mayor c  
expansi n t rmica del esmalte con respecto al del cuerpo cer mico

##### 4.8 Cuerpo cer mico

Mezcla de arcillas sinterizadas de color crema a naranja, en  
marcados por los colores m Barro de 155 C, 156 C y 157 C, que forma  
pieza y sobre la cual se aplica el esmalte.

##### 4.9 Declaratoria

Declaratoria General de Protecci n a la Denominaci n de Origen  
publicada en el Diario Oficial de la Federaci1 septiembre de 1997.

##### 4.10 DGN

La Direcci n General de Normas de la Secretar a de Comercio y  
Industrial.

#### 4.11 Esmalte base

Esmalte que sirve como fondo al resto de los colores, que recubre la pieza y cuyo color no debe ser totalmente blanco.

#### 4.12 Esmalte vitreo

Recubrimiento que se aplica sobre el cuerpo cerámico y que tiene propiedades funcionales y decorativas tras su cocimiento.

#### 4.13 Experto

Ser humano experto o experimentado, entendido o inteligente, maestro o práctico en alguna ciencia o en algún arte.

#### 4.14 Método gravimétrico

Método por el cual se obtiene el peso de un compuesto estable con el elemento al cual se quiere cuantificar.

#### 4.15 Microscopio estereoscópico

Microscopio para ver en relieve.

#### 4.16 NOM

Norma Oficial Mexicana.

#### 4.17 Sinterización

Proceso de cocimiento característico del cerámico que sufren las pastas al promediar la temperatura del horneado, consistiendo en el endurecimiento parcial o adhesión de partículas sólidas entre sí que forman una especie de costra dura y porosa sin inicio de vitrificación.

#### 4.18 Reflectancia

Cantidad en porcentaje en la que una superficie refleja la luz.

#### 4.19 Talavera

Tipo de cerámica original y exclusiva de la denominada zona que cuyas características se derivan del medio geográfico de la región y sus antecedentes en la mayólica española, formada por un cuerpo que se produce por sinterización de una mezcla de arcillas (base blanca) provenientes de la zona geográfica comprendida en la D.F. Esta cerámica está recubierta de una capa de esmalte formada a una temperatura entre 1000°C y 1100°C en cuya composición intervienen los metales alcalinos y estaño de acuerdo a fórmulas propias de la época colonial, decoradas con solo seis pigmentos y sus posibles combinaciones, cuyas formas son tradicionales.

### 5. Clasificación

El producto objeto de esta NOM, de acuerdo a su uso, se clasifica en los siguientes tipos:

- a) azulejos;
- b) contenedores de alimentos y bebidas, y
- c) piezas de ornato.

### 6. Especificaciones

El producto objeto de esta NOM, debe cumplir con las siguientes especificaciones:

## 6.1 Proceso de elaboración

6.1.1. El proceso de elaboración de la Talavera debe ser manual artesanal y debe emplear materias primas características de esto como lo es el barro en gres de los colores blanco y negro, con lo esencial de no permitir el vaciado.

6.1.2. Este proceso de elaboración se verifica de acuerdo al procedimiento descrito en el inciso 8.1 de la presente NOM.

## 6.2 Densidad de la pasta de barros blanco y negro

6.2.1 La densidad de la pasta de barros blanco y negro sometido a la cocimiento con que se elabora la Talavera, debe ser mayor o igual a  $2,48 \text{ g/cm}^3$  y menor o igual a  $2,56 \text{ g/cm}^3$ .

6.2.2. Estos resultados se verifican de acuerdo con el procedimiento en el inciso 8.2 de la presente NOM.

6.3 Determinación del límite de contracción de la pasta de barro negro con que se elabora la Talavera.

6.3.1 La pasta de barros blanco y negro con que se elabora la Talavera debe presentar un límite de contracción volumétrico menor o igual a  $0,33$  o su equivalente de contracción lineal entre  $0,33$  y  $0,34$ .

6.3.2. Estos resultados se verifican de acuerdo con el procedimiento en el inciso 8.3 de la presente NOM.

6.4 Determinación del contenido de calcio, hierro y titanio de los barros blanco y negro con que se elabora la Talavera.

6.4.1 El contenido de calcio en la pasta debe ser mayor o igual a  $133152 \text{ ppm}$  y menor o igual a  $133152 \text{ ppm}$ .

6.4.2 El contenido de hierro en la pasta debe ser mayor o igual a  $33764 \text{ ppm}$  y menor o igual a  $33764 \text{ ppm}$ .

6.4.3 El contenido de titanio en la pasta debe ser mayor o igual a  $3396 \text{ ppm}$  y menor o igual a  $3396 \text{ ppm}$ .

6.4.4. Estos resultados se verifican de acuerdo con el procedimiento en el inciso 8.4 de la presente NOM.

## 6.5 Apariencia

6.5.1 Las piezas deben presentar el esmalte uniforme que carezca de porosidad, colores con apariencia difusa, azul y/o amarillo en sus tonos.

6.5.2 El esmalte base no debe ser totalmente blanco y no debe ser transparente, fijándose en los intervalos de los colores base de  $467 \text{ C}$  y gris tenue  $1 \text{ C}$ .

6.5.3. El cuerpo cerámico debe presentar un color de crema a naranja en los intervalos marcados por los colores base de  $155 \text{ C}$ ,  $156 \text{ C}$  y  $157 \text{ C}$ .

6.5.4 Estos resultados se verifican de acuerdo al procedimiento en el inciso 8.5 de la presente NOM.

## 6.6 Características internas del esmalte

6.6.1 El esmaltado debe presentar una fusión del esmalte base de los colores.

6.6.2 El esmaltado debe presentar un aspecto uniforme.

6.6.3 Estos resultados se verifican de acuerdo al procedimiento inciso 8.6 de la presente NOM.

6.7 Espesor de la capa de esmalte

6.7.1 Las piezas deben presentar un espesor de la capa de esmalte igual a 0,42 mm.

6.7.2 Los resultados se verifican de acuerdo al procedimiento inciso 8.7 de la presente NOM.

6.8 Reflectancia

6.8.1 La reflectancia en el esmalte base debe ser mayor o igual menor o igual a 66,00%.

6.8.2 La reflectancia en el color azul debe ser mayor o igual a 38 o igual a 50,00%.

6.8.3 Los resultados se verifican de acuerdo al procedimiento inciso 8.8 de la presente NOM.

6.9 Abrasi n

6.9.1 Las piezas deben presentar una resistencia a la abrasi n superior a 180 de abrasivo.

6.9.2 Estos resultados se verifican de acuerdo al procedimiento inciso 8.9 de la presente NOM.

6.10 Impacto

6.10.1 Las piezas deben presentar una resistencia al impacto esmaltado mayor o igual a 13,15 N. a una altura de 0,50 m.

6.10.2 Los resultados se verifican de acuerdo con el procedimiento en el inciso 8.10 de la presente NOM.

6.11 Dureza

6.11.1 Las piezas deben presentar una dureza en el esmaltado mayor a 5,0 en la escala de Mohs.

6.11.2 La verificaci n de este resultado se realiza de acuerdo al procedimiento descrito en el inciso 8.11 de la presente NOM.

6.12 Absorci n de agua

6.12.1 Las piezas deben presentar un porcentaje de absorci n mayor a 12,10% despu s de la primera hora de prueba, con un incremento mayor a 0,5% despu s de las 24 h siguientes.

6.12.2 Los resultados se verifican de acuerdo con el procedimiento en el inciso 8.12 de la presente NOM.

6.13 Corrosi n

6.13.1 Se debe presentar corrosi n ligera. No debe aparecer mico. El color azul no debe decolorarse completamente.

6.13.2 Estos resultados se verifican de acuerdo con el procedimiento en el inciso 8.13 de la presente NOM.

6.14 Cuantificaci n de plomo en esmalte base antes de hornear

6.14.1 El porcentaje de plomo en esmalte base antes de ser sometido al proceso de horneado no debe ser mayor a 27,5% en peso.

6.14.2 La verificaci n de los resultados se realiza de acuerdo al procedimiento descrito en el inciso 8.14 de la presente NOM.

6.15 Cuantificación de estaño en esmalte base antes de hornear

6.15.1 El porcentaje de estaño en esmalte base antes de ser proceso de horneado debe ser mayor o igual a 2,65% en peso.

6.15.2 La verificación de los resultados se realiza de procedimiento descrito en el inciso 8.15 de la presente NOM.

6.16 Materia insoluble en esmalte base antes de hornear

6.16.1 El porcentaje de materia insoluble en el esmalte base sometido al proceso de horneado debe ser mayor o igual a 57,25% o igual a 73,55% en peso.

6.16.2 Los resultados se verifican de acuerdo al procedimiento de inciso 8.16 de la presente NOM.

6.17 Cuantificación de cobalto en color azul antes de ser sometido a horneado.

6.17.1 El porcentaje de cobalto en el color azul antes de ser sometido al proceso de horneado debe ser mayor o igual a 2,06% y menor o igual a 2,06% y debe provenir de óxido de cobalto.

6.17.2 La verificación de los resultados se realiza de acuerdo al procedimiento descrito en el inciso 8.17 de la presente NOM.

6.18 Determinación de plomo en pieza terminada

Las piezas de Talavera, coloreadas o no, con decoración destinadas a contener alimentos o bebidas y para uso recreativo de cualquier forma y tamaño, deben cumplir con la Norma Oficial Mexicana NOM-010-SSA1-1993 (ver capítulo 2 Referencias), de acuerdo con lo que establece el inciso 8.18 de la presente NOM.

Los fabricantes que envasen alimentos o bebidas en productos de cerámica deben monitorear periódicamente como parte de su control de calidad el contenido de plomo en los productos, con la finalidad de asegurarse de que sean inocuos para la salud.

## 7. Muestreo

Para llevar a cabo la evaluación de la conformidad, debe seleccionarse aleatoriamente una muestra de 5 unidades, considerando un nivel de confianza aceptable de 0,25, tomado de la tabla II-A Plan de muestreo para inspección normal, de la Norma Mexicana NMX-Z-12/2 (ver capítulo 2 Referencias).

## 8. Métodos de prueba

Para verificar la calidad del producto objeto de esta NOM, de los métodos de prueba establecidos en las normas oficiales mexicanas referidas en el capítulo 2, además de los que se continúan.

### 8.1 Proceso de elaboración

Las especificaciones siguientes se verifican visualmente, como parte del proceso de fabricación y materiales con que se elabora la Talavera característicos de este tipo de artesanía.

#### 8.1.1 Preparación del barro

La mezcla se debe preparar con agua y dos tipos de barro en grés blanco, procedentes de la zona geográfica contemplada en la De, debiendo existir evidencia de que efectivamente provienen de dejando las proporciones a elección de cada fabricante.

El método de preparación de la pasta es indistinto, pero siempre debe ser una pasta homogénea con humedad suficiente para poder tener formado de piezas. Normalmente la pasta es de color gris; en alguna consecuencia de las diferentes áreas de la mina de donde proviene los tonos pueden variar.

#### 8.1.2 Formado de piezas

El formado de piezas debe ser a mano, siguiendo cualquiera de las técnicas que a continuación se detallan:

a) Torno.- Que puede ser accionado manualmente o usando equipo eléctrico y/o mecánico.

b) Molde.- Utilizando moldes de yeso para auxiliarse en el formado de piezas. El barro debe ser prensado en forma manual o usando ayuda. No debe utilizarse vaciado al quido.

#### 8.1.3 Secado de piezas

Las piezas, una vez formadas en barro crudo, se deben poner en cuartos o áreas destinadas para tal efecto. En este proceso se auxiliar por cualquier aparato para acelerar el secado.

#### 8.1.4 Primera cocción

8.1.4. Se debe realizar en un horno que alcance la temperatura no importa su forma, naturaleza o combustible utilizado.

8.1.4. La temperatura mínima de cocción es de 800...C.

8.1.4. El horno utilizado debe de contar con aparatos o sistemas que muestren la temperatura y además debe existir un registro por cada horneado.

#### 8.1.5 Esmalte

8.1.5. Preparación.- Debe existir evidencia de molienda de arcilla y fundente que contenga estaño y plomo.

8.1.5. Aplicación.- Aplicación del esmalte a las piezas sancochadas puede realizarse por inmersión o utilizarse cualquier otro método, la aplicación de esmalte se debe realizar en la fábrica.

#### 8.1.6 Decoración

Las piezas con esmalte aplicado en crudo siempre deben ser pintadas a mano, y se puede usar o no el estarcido para copiar los diseños.

#### 8.1.7 Segunda cocción

8.1.7. Esta debe realizarse una vez que las piezas hayan sido decoradas y esmaltadas. En caso de que las piezas no tengan decoración, debe realizarse en un horno que alcance la temperatura requerida, no importando la naturaleza o proceso utilizado.

8.1.7. El horno utilizado debe contar con aparatos o sistemas que muestren la temperatura y además debe existir un registro por cada horneada.



8.2 Densidad de la mezcla de barros negro y blanco (pasta para cuerpo cerámico)-M todo del Picn metro.

Con esta prueba se determina la relación entre la masa y el volumen de la pasta que se emplea para elaborar las piezas de Talavera.

#### 8.2.1 Principio

Toda cantidad de materia ocupa un volumen en el espacio a una determinada temperatura.

#### 8.2.2 Materiales y equipo

##### 8.2.2.1 Materiales

- Vaso de precipitados.
- Picn metro de vidrio de 25 ml.

##### 8.2.2.2 Equipo

- Mortero de porcelana con pistilo.
- Tamiz de malla 200.
- Parrilla de calentamiento con agitación.
- Balanza analítica con sensibilidad de 0,01 g.
- Termómetro.
- Sistema de vacío.
- Estufa.

#### 8.2.3 Procedimiento

##### 8.2.3.1 Preparación de la muestra:

- Tomar 15 g de muestra perfectamente molida y tamizada hasta 100 micras.
- Colocar en un vaso de precipitados de 200 ml y añadir 15 ml de hidrógeno al 30%, calentando ligeramente hasta que cese la efervescencia.
- Añadir otros 10 ml de peróxido de hidrógeno al 30% y calentando hasta ebullición. Esta operación se repite hasta que presente efervescencia;
- Añadir 50 ml de agua, agitar y separar por decantación;
- La arcilla así tratada se pone a secar en la estufa a 100°C por un espacio de 2 h, y
- En caso necesario, moler y tamizar a malla 200.

##### 8.2.3.2 Obtención de la densidad:

- Llenar con agua el picn metro previamente registrar su peso;
- Pesar 5 g de la arcilla tratada anteriormente. Colocarla en el cual ha sido previamente;
- Agregar 15 ml de agua;
- Agitar enérgicamente para eliminar el aire;
- Colocarla en una campana conectada al vacío por un espacio de hasta eliminación total de burbujas;
- Aforar y pesar;
- La densidad se obtiene empleando la siguiente fórmula:

$$\text{Densidad} = \frac{P_1}{P_1 - P_2} (\text{densidad del agua})$$

donde:

P es el peso de la arcilla.

P1 es el peso del picn metro lleno de agua.

P2 es el peso del picnometro con la arcilla y lleno de agua.

h) La densidad del agua se toma de tablas y a la temperatura hizo la medición.

#### 8.2.4 Expresión de resultados

La densidad de la pasta de barros debe ser mayor o igual a 2 menor o igual a  $2/563$ .

8.3 Determinación del límite de contracción en la pasta de barro se elabora la Talavera

El límite de contracción es el contenido de humedad por debajo de la pasta ya no se contrae debido a la pérdida de agua por evaporación. Si las humedades inferiores a ese límite, la pasta se hace dura y en ella no se pueden hacer operaciones físicas con ella. Por arriba de la humedad límite, la pasta entra en un estado blando o friable, siempre que el límite plástico.

#### 8.3.1 Principio

La evaporación en la superficie de la pasta retira humedad del producto produciendo consecuentemente el acercamiento de las partículas de la pasta que es directamente proporcional al volumen de agua en ella.

#### 8.3.2 Materiales y reactivos

- Materiales:

- Capsula de porcelana.
- Recipientes cilíndricos de aluminio, de 2 a 3 cm de diámetro.
- Vernier.
- Estufa.
- Balanza analítica.

- Reactivos:

- Vaselina.
- Pasta seca, molida y tamizada.

#### 8.3.3 Procedimiento

- Pesar 100 g de arcilla tamizada y seca;
- Añadir 100 ml de agua y agitar hasta obtener una pasta homogénea; la pasta se considera una pasta saturada;
- Recubrir los recipientes de aluminio por dentro con una capa de vaselina;
- Llenar cuidadosamente los recipientes de aluminio con la pasta vertiéndola sobre la pared de los mismos, cuidando que no quede aire en la masa de la pasta;
- Enrasar con la espátula;
- Dejar secar al aire hasta que produzca cambio de color. Esto puede ser de varios días dependiendo de las condiciones ambientales;
- Despegar la pasta del recipiente con mucho cuidado e intentar obtener la muestra de arcilla seca;
- Permitir el secado de la pasta hasta peso constante;

i) Medir con el vernier la altura y el diámetro de cada uno de pasta (efectuar un mínimo de cinco repeticiones o hasta obtener constante);

j) Determinar el volumen interno de cada uno de los recipientes que contienen a cada cilindro de pasta;

k) Secar en la estufa los cilindros de pasta a 105°C. Calcular el volumen final de los cilindros de pasta;

l) Calcular el índice de contracción con la ecuación:

$$LC = (V_c - V_p) / V_p$$

Donde:

$V_c$  es el volumen interno de los cilindros.

$V_p$  es el volumen de los cilindros de la pasta seca a 105°C.

#### 8.3.4 Expresión de resultados

La pasta de barro con la que se elabora la Talavera debe presentar un índice de contracción volumétrica menor o igual a 0,36 y mayor o su equivalente lineal entre 9% y 11%.

8.4 Determinación del contenido de calcio, hierro y titanio en barro con la que se elabora la talavera.

##### 8.4.1 Principio

Un elemento al ser sometido a cierto tipo de radiación se emite radiación en forma de Rayos X característicos.

##### 8.4.2 Aparatos y equipos

Equipo para fluorescencia de Rayos X

##### 8.4.3 Procedimiento

a) Secar la pasta de barro durante 24 h; posteriormente, moler y pasar por un tamiz de malla 200;

b) Tomar 10 g de la muestra tratada y elaborar una pastilla de diámetro en una prensa hidráulica;

c) Someter la pastilla a radiación en el equipo de radiación, tipos de fuente de radiación: dos puntuales y una anular de Hierro-109 y Americio-241, respectivamente, durante 1000 s, repitiendo tres veces con cada muestra a ángulos de 120°, y

d) Posteriormente, colocar la muestra en un detector de Silicio a un amplificador, con una fuente de alto voltaje y un multicanal y una computadora que utiliza como software el programa AXIL para el análisis y el programa SAX para la cuantificación de elementos.

##### 8.4.4 Expresión de resultados

- El contenido de calcio en la pasta debe ser mayor o igual a 133152 ppm y menor o igual a 133152 ppm.

- El contenido de hierro en la pasta debe ser mayor o igual a 33764 ppm y menor o igual a 33764 ppm.

- El contenido de titanio en la pasta debe ser mayor o igual a 3106 ppm y menor o igual a 3106 ppm.

#### 8.5 Apariencia

##### 8.5.1 Principio

Con esta prueba se valoran las características más importantes del acabado de la pieza terminada, las cuales, debido al proceso tradicional de la Talavera, presentan ciertas características propias y diferentes a otros tipos de cerámica.

#### 8.5.2 Aparatos y equipos

El equipo empleado para esta prueba es un microscopio estereoscópico con objetivo 4X y ocular 10X e iluminación directa con luz blanca.

#### 8.5.3 Procedimiento

8.5.3.1 Colocar la pieza bajo el objetivo del microscopio, iluminarla con luz blanca a un ángulo de 45 grados, enfocarla y observarla cuidadosamente toda su superficie.

8.5.3.2 Las características que debe presentar la Talavera son:

- a) El esmalte base no debe ser completamente blanco;
- b) Las piezas deben presentar craquelado;
- c) Las piezas pueden presentar ligera porosidad;
- d) El borde de los esmaltados en color debe presentar aspecto de relieve;
- e) El color azul debe presentar un ligero sobrerrelieve;
- f) El esmalte base no debe ser transparente, y
- g) El cuerpo cerámico debe presentar un color de crema a naranja.

#### 8.6 Características internas de la capa de esmalte

Con esta prueba se valoran las características físicas del interior de esmaltado.

##### 8.6.1 Principio

El proceso de elaboración permite que la capa de esmaltado presente características específicas de aspecto visual y fusión de los colores con el esmalte base.

##### 8.6.2 Aparatos

La valoración de estas dos propiedades se debe realizar con un microscopio, con ocular 10X y objetivo 7X.

##### 8.6.3 Procedimiento

- a) Romper una pieza y tomar una pequeña fracción de la misma;
- b) Fijar con un poco de masilla sobre un portaobjetos, de tal manera que la sección transversal del corte quede paralelo al campo de visión del microscopio, y
- c) Colocar bajo el objetivo del microscopio e iluminar con luz blanca a un ángulo de 45°. Finalmente enfocar y observar cuidadosamente.

##### 8.6.4 Expresión de resultados

Las características del esmaltado que debe presentar la Talavera son:

- a) Aspecto visual, y
- b) Fusión de los colores con el esmalte base.

#### 8.7 Espesor de la capa de esmalte

Con esta prueba se mide el espesor de la capa de esmalte base y los esmaltes de color.

##### 8.7.1 Principio

Debido al proceso de elaboración del esmalte, este no puede ser delgado.

#### 8.7.2 Aparatos

La medición del espesor de la capa de esmalte, incluyendo pieza debe realizarse con un microscopio óptico, con ocular 10X, objetivo de escala milimétrica que tenga factor milimétrico.

#### 8.7.3 Procedimiento

Preparación de la muestra:

- a) Romper la pieza de Talavera;
- b) Tomar un pequeño pedazo de la misma y emparejar con lija número 140 uno de los cortes. Esta operación se repite cinco veces con pedazos de muestra de diferentes lugares de la pieza y con cinco piezas;
- c) Tomar un pedazo de la muestra y colocarlo en una muestra de vidrio;
- d) Fijar con ayuda de un poco de masilla, de tal manera que el eje transversal del corte que fue emparejado quede paralelo al eje de observación;
- e) Iluminar con luz blanca con ángulo de 45°, enfocar el microscopio de manera que la observación de la muestra sea clara;
- f) Enfocar la escala con la cremallera ubicada en el ocular hasta que los números se vean nítidos;
- g) Tomar la lectura donde inicia la capa de esmalte, es decir donde el microscopio hace contacto con la capa de esmalte con el cuerpo cerámico, y la lectura donde termina la capa de esmalte, o sea el borde superficial de la muestra;
- h) El espesor de la capa de esmalte se calcula como sigue:

$$\text{Espesor} = (L_f - L_o) \times (F_m)$$

Donde:

$L_f$  es la lectura donde termina la capa de esmalte

$L_o$  es la lectura donde inicia la capa de esmalte

$F_m$  es el factor milimétrico (igual a 0,016)

#### 8.7.4 Expresión de resultados

El espesor de la capa de esmalte para la Talavera no debe ser mayor o igual a 0,42 mm.

#### 8.8 Reflectancia

Con esta prueba se mide la cantidad en porcentaje de luz reflejada por la capa de esmalte y es una medida indirecta del brillo que presenta.

##### 8.8.1 Principio

Una superficie refleja la luz incidente dependiendo de su color.

##### 8.8.2 Aparatos

Para la medición de la reflectancia se emplea un aparato que mide la cantidad de luz reflejada de manera directa y consiste fundamentalmente de una fuente de luz blanca, un detector fotosensible y un registrador (véase figura).

VER IMAGEN 25NV-06.BMP

- 1.- Fuente de poder.
- 2.- Fuente de luz de hal geno.
- 3.- Colectores.
- 4.- Detector (celda).
- 5.- Registrador (miliamper metro).
- 6.- Portamuestras.

El aparato se calibra empleando dos estándares, que son:

- a) Un espejo para máxima reflexión (100%), y
- b) Una superficie negra mate para el mínimo de reflexión (0%).

Cada división de la escala en microamperes corresponde a 2,38% encendido y calibrado el aparato, las mediciones deben realizarse siguientes 15 min.

#### 8.8.3 Procedimiento

a) Las mediciones se realizan sobre una pieza plana, azulejo o una pieza plana de Talavera que ajuste perfectamente sobre los bordes del portamuestras, colocando la pipeta sobre la muestra, presionándola contra los bordes que sirven de límites y se toma la lectura en la escala correspondiente a los microamperes, y

- b) El porcentaje de luz reflejada, se calcula como sigue:

$$\text{Reflectancia} = (\text{Lectura} - 50) \cdot 0,238$$

#### 8.8.4 Expresión de resultados

La Talavera debe presentar los siguientes colores en el esmalte base y en el color azul:

- a) Esmalte base reflectancia no debe ser menor a 62% ni mayor a 70%
- b) Color azul reflectancia no debe ser menor a 38,0% ni mayor a 45%

#### 8.9 Abrasión

Esta prueba mide la resistencia que una muestra presenta al ser frotada por un material abrasivo.

##### 8.9.1 Principio

Este principio consiste en que un abrasivo desgasta cualquier material dependiendo de la fuerza con la que es aplicado. En este caso, depende de la altura a la que el abrasivo cae.

##### 8.9.2 Aparatos

Esta prueba se realiza empleando un aparato que consiste en un tubo de 1,83 m de largo y 2 cm de diámetro, sostenido verticalmente sobre una base dentro del cual se coloca la muestra a probar.

##### 8.9.3 Procedimiento

- a) Colocar el abrasivo (carburo de silicio grano número 14), en un recipiente ubicado en la parte superior del tubo, mismo que tiene un tapón de goma.
- b) Tomar una pieza plana, que puede ser un plato extendido o una Talavera, sostenerla dentro del recipiente que se encuentra en la parte inferior del tubo con una inclinación de 45° y a 5 cm de distancia del borde.
- c) Retirar el tapón para que el abrasivo caiga libremente sobre la muestra.

La cantidad requerida de abrasivo para dejar al descubierto cerámico, multiplicada por el número de veces que se realiza esta prueba como resultado la resistencia de la capa de esmalte a ser desgastada.

#### 8.9.4 Expresión de resultados

La Talavera debe presentar una resistencia a la abrasión igual a 180 kg de abrasivo en cualquier parte de su superficie.

#### 8.10 Impacto

Esta prueba mide la resistencia a estrellamiento de la capa del esmalte.

##### 8.10.1 Principio

Se basa en el hecho de que un objeto de masa conocida, al caer adquiere una velocidad que depende de la altura a la que le cae, produciendo una fuerza de impacto proporcional a dicha altura.

##### 8.10.2 Aparatos

La prueba de resistencia al impacto se realiza en un péndulo de caída libre, el cual consiste en un tubo de un metro de longitud perforado cada 5 cm, con ranuras de 3 cm de largo, sostenido verticalmente de un balón de acero de 19 mm de diámetro y de 0,02 kg y una placa para sostener el balón a diferentes alturas dentro del tubo, además con una base sólida de metal sostenida sobre el piso.

##### 8.10.3 Procedimiento

- La muestra a probar debe ser una pieza plana, azulejo de porcelana.
- Colocar la pieza sobre la base de metal en la parte baja del tubo en contacto con éste y cerrar la abertura inferior del tubo con la placa.
- Introducir el balón por la parte superior del tubo y sostenerlo metálicamente a una altura determinada;
- Retirar la placa que sostiene al balón, a fin de que éste caiga sobre la muestra colocada en la parte inferior;
- La operación se repite a diferentes alturas, moviendo cada vez la muestra;

f) La altura a la cual se produce una estrelladura del esmalte se toma como punto de referencia para efectuar los cálculos que permiten obtener la fuerza del impacto.

g) Los resultados se expresan en Newtons (N), y

h) La fuerza máxima se calcula como sigue:

$$\text{Fuerza máxima} = (3/2) (0,028 V/0,01) N$$

V es la velocidad final  $V = (19,6) h$  m/s

##### 8.10.4 Expresión de resultados

La altura a la cual no debe producirse una estrelladura en la capa de esmalte de la Talavera es de 0,50 m. La capa de esmalte de la Talavera debe presentar una resistencia al impacto mayor o igual a 13,15 N.

#### 8.11 Dureza

Con esta prueba se mide la dureza que presenta la capa de esmalte rayada por diferentes materiales.

##### 8.11.1 Principio

Los materiales s lidos presentan una dureza dependiendo princip su composici n y proceso de elaboraci n. Esta dureza puede se empleando est ndares de dureza conocida.

8.11. Esta prueba se realiza utilizando la escala de dureza de 1 emplea probadores est ndares, que consisten en barras de d materiales terminadas en una punta afilada.

Dureza	Est ndar de prueba
1	Talco
2	Cadmio
3	Cobre
4	Platino
5	N quel
6	Manganeso
7	Wolframio
8	Topacio
9	Cromo
10	Diamante

#### 8.11. Procedimiento

- Realizar la prueba deslizando sobre la superficie de la mu del probador con una presi n fuerte y uniforme de la mano, y
- El resultado corresponde al ltimo probador empleado que rayado de la capa de esmalte.

#### 8.11. Expresi n de resultados

La Talavera debe presentar una dureza en la capa de esmalte may a 5,0 en la escala de Mohs.

#### 8.12 Absorci n de agua

Con esta prueba se determina la cantidad de agua en por c absorben las piezas de Talavera.

#### 8.12. Principio

Debido a las caracter sticas del cuerpo cer mico y de la capa , pieza de Talavera absorbe una determinada cantidad de agua cuando en contacto con ella.

#### 8.12. Equipo

El equipo empleado para esta prueba consiste en una balanza con una sensibilidad de 0,1 g.

#### 8.12. Procedimiento

- Tomar una pieza (taz n, taza o tarro), con capacidad no mayo menor a 150 ml;
- Registrar su peso inicial;
- Llenar con agua destilada hasta 3 mm antes del borde y dejar por espacio de una hora a temperatura ambiente;
- Tirar el agua y secar perfectamente con ayuda de una toalla;
- Pesar nuevamente y obtener la diferencia en peso;



f) Después, llenar nuevamente la pieza hasta 3 mm antes del agua destilada y dejar reposar por espacio de 24 h m s;

g) Después de ese tiempo, retirar el agua; secar perfectamente con una toalla y volver a pesar, obteniéndose el peso final. Con este dato se toma una nueva diferencia en peso de absorción de agua;

h) El porcentaje de absorción de agua se obtiene como sigue:

Diferencia inicial de peso después de la primera hora:

$$DP1 = P1 - P0$$

donde:

P0 es el peso de la muestra seca, antes de iniciar la prueba.

P1 es el peso de la muestra después de ser sometida al tratamiento de agua durante una hora.

i) El porcentaje inicial de absorción se calcula como sigue:

$$\text{Porcentaje inicial de absorción} = DP1 \times 100 / P0$$

j) La diferencia de peso después de 24 h es:

$$DP2 = P2 - P0$$

donde:

Pf es el peso de la muestra después de ser sometida al tratamiento durante 24 h.

k) Con el dato obtenido en la diferencia de peso después de 24 h se calcula el porcentaje final de absorción de agua, como sigue:

$$\text{Porcentaje final de absorción} = DP2 \times 100 / P0$$

l) La diferencia de porcentajes de agua absorbida entre la prueba y las otras 24 h de prueba, se calcula como sigue:

$$\text{Diferencia de Porcentajes} = \% \text{ final} - \% \text{ inicial.}$$

#### 8.12. Expresión de resultados

a) La Talavera debe presentar un porcentaje inicial en peso de agua no mayor a 12,10% después de la primera hora de prueba, y

b) La Talavera debe presentar una diferencia en porcentajes de agua absorbida entre la prueba y las otras 24 h de prueba, se calcula como sigue: porcentaje absorbido después de la primera hora de prueba y el porcentaje absorbido después de las 24 h siguientes, no mayor a 0,5%

#### 8.13 Corrosión

Esta prueba mide la resistencia del esmalte a ser atacado químicamente por reactivos corrosivos.

##### 8.13.1 Principio

Siendo el esmalte base y los esmaltes de color, sustancias que se aplican sobre vidrios, pueden ser atacadas por reactivos químicos como el ácido fluorhídrico que ataca al esmalte porque reacciona con el silicio de él, produciendo fluoruro de silicio.

##### 8.13.2 Reactivos y materiales.

###### 8.13.2. Reactivos

- Ácido fluorhídrico al 30%.

###### 8.13.2. Materiales

- Pipeta de 5 ml, de polipropileno.

- Microscopio estereoscópico de 20 aumentos.

### 8.13. Procedimiento

a) En una muestra de Talavera de fondo no plano (tazón, plato preferentemente de tamaño pequeño, colocar 3 ml de ácido fluorhídrico por espacio de 35 min, manteniendo la pieza ligeramente inclinada para que el ácido se concentre en una pequeña área. En caso de que el ácido sea absorbido por la muestra, debe añadirse 1 ml más;

b) Después de transcurrido ese tiempo, enjuagar la pieza perfectamente con agua destilada, tallando con la mano la parte que se usó para la prueba con la finalidad de retirar cualquier residuo de los productos de reacción;

c) Finalmente secar muy bien con papel secante, y

d) Observar con el microscopio estereoscópico la parte sometida a prueba para determinar el grado de ataque del ácido sobre el esmalte.

### 8.13. Expresión de resultados

a) El esmaltado no debe ser corroído totalmente;

b) No debe aparecer el cuerpo cerámico, y

c) El color azul no debe decolorarse completamente.

### 8.14 Cuantificación de plomo en esmalte base antes de hornear

Con esta prueba se cuantifica la cantidad de plomo contenida en la muestra antes de ser sometido al proceso de horneado sobre el cuerpo cerámico.

#### 8.14. Principio

La técnica emplea un método gravimétrico que precipita sulfato de plomo. Esta técnica está basada en la insolubilidad del sulfato de plomo en agua-etanol.

#### 8.14. Reactivos y materiales

##### 8.14.2 Reactivos:

- Ácido nítrico concentrado, grado reactivo

- Ácido sulfúrico 2 Mol/L;

- Ácido acético glacial, Monterrey, y

- Etanol grado reactivo, Monterrey.

##### 8.14.2 Materiales:

- Material de vidrio tipo Pyrex;

- Mechero Bunsen de gas;

- Crisol y capsula de porcelana;

- Papel filtro Whatman n.º 1;

- Estufa para secar, y

- Balanza analítica digital con sensibilidad de 0,01 g.

#### 8.14. Procedimiento.

a) Colocar la muestra de esmalte en una capsula de porcelana. Normalmente se encuentra húmeda, y secar en el mechero Bunsen hasta que quede en forma de polvo;

b) A continuación, colocarla en la estufa a 110°C por espacio de 2 horas;

c) Tomar 5 g de la muestra preparada anteriormente;

d) Colocar en un vaso de precipitados y añadir 5 ml de ácido nítrico concentrado;

- e) Calentar casi a sequedad;
- f) Aadir posteriormente otros 3 ml m s de cido y continuar sequedad;
- g) Aadir 30 ml de agua destilada y filtrar cuidadosamente;
- h) Enjuagar el papel filtro con un poco de agua destilada y afc 100 ml;
- i) Secar el precipitado en la estufa y dejarlo para la determinar insoluble;
- j) Dividir la soluci n en dos porciones y hacer la determinac. cada porci n, de la siguiente manera:
  - Agregar a la al cuota 6 gotas de cido ac tico concentrado y aadir 50 ml de cido sulf rico 2M, y alcohol et lico h: aproximadamente el volumen inicial;
  - Dejar reposar el precipitado obtenido por diez horas para precipitaci n del sulfato de plomo;
  - Filtrar el precipitado y lavar con un poco de soluci n y secar a 100 en la estufa. Guardar el filtrado para la determinaci la cual se efect a en la secci n siguiente;
  - Separar el precipitado seco del papel lo m s completo posible
  - Colocar el papel en un crisol tarado e incinerarlo a la flama
  - A las cenizas se les a ade una gota de cido n trico conc caliente ligeramente;
  - Se a ade el precipitado de sulfato de plomo a las cenizas y mechero hasta peso constante;
  - Se multiplica el peso correspondiente a las cenizas por el si
 
$$\text{Factor Plomo/Sulfato de plomo} = 0,6832$$
  - El contenido total de plomo corresponde a la suma de los obtenidos de las dos al cuotas analizadas (plomo total), y
  - El porcentaje de plomo presente en el esmalte se calcula como
 
$$\text{Plomo total} \times 100/5$$

#### 8.14. Expresi n de resultados

El esmalte base empleado en la elaboraci n de Talavera, ant sometido al proceso de horneado sobre el cuerpo cer mico, debe cc cantidad de plomo no mayor a 27,5% en peso.

#### 8.15 Cuantificaci n de esta o en esmalte base antes de hornear

Con esta prueba se cuantifica la cantidad de esta o en el esmal de ser sometido al proceso de horneado sobre el cuerpo cer m Talavera.

#### 8.15. Principio

La t cnica empleada es una determinaci n gravimetrica que cuantific esta o como xist nico, la cual se basa en la insolubilidad del esta o en medio alcalino, el que por calentamiento se convier est nico.

#### 8.15. Reactivos y materiales

##### 8.15.2 Reactivos:

- agua de bromo;
- hidróxido de amonio grado reactivo, Merck, y
- solución saturada en frío de nitrato de amonio;

#### 8.15.2. Materiales:

- material de vidrio Pyrex;
- mechero Bunsen;
- crisol de porcelana;
- papel filtro Watman número 1, y
- balanza analítica digital con sensibilidad de 0,01 g.

#### 8.15. Procedimiento

- a) Juntar las dos soluciones resultantes de la precipitación de plomo (determinación anterior), y añadir unas gotas de agua de que permanezca un ligero color amarillo;
- b) Neutralizar la solución anterior con solución de hidróxido de amonio. Tratarla con una solución saturada en frío de nitrato de amonio durante 5 min;
- c) El estaño precipita en forma de hidróxido el cual se lava y con agua caliente;
- d) Filtrar y después secar a 100°C;
- e) Separar el precipitado del papel filtro;
- f) Colocar el papel en un crisol y calcinarlo en el mechero;
- g) Añadir una gota de ácido nítrico y continuar calcinando;
- h) Añadir el precipitado de hidróxido de estaño y calcinarlo al peso constante;
- i) El peso correspondiente a las cenizas se multiplica por el factor:
 
$$\text{Factor: Estaño / óxido de estaño} = 0,7877$$
 Lo anterior nos proporciona la cantidad de estaño presente en estaño total, y
- j) El porcentaje de estaño presente en el esmalte base se calcula así:

$$\text{Estaño total} \times 100/5$$

#### 8.15. Expresión de resultados

El esmalte base empleado en la elaboración de la Talavera, al someterlo al proceso de horneado, debe contener un porcentaje mayor o igual a 2,65% en peso.

#### 8.16 Materia insoluble en esmalte base antes de hornear.

Esta prueba determina la cantidad de materia insoluble que queda en el esmalte base antes de ser sometido al proceso de horneado.

#### 8.16. Principio

El método empleado consiste en cuantificar por pesada, la cantidad de materia insoluble que queda después de que la muestra ha sido sometida a extracción de plomo y estaño y corresponde a la cantidad de silicio en el esmalte.

#### 8.16. Materiales y equipo

Balanza analítica digital con sensibilidad de 0,01 g.

Estufa el céntrica para secar la muestra

#### 8.16. Procedimiento

a) Al residuo insoluble que queda después de haber tratado la solución trico para extraer el plomo y el estaño, y después de haberse solucionado, se seca en la estufa durante 12 h y se pesa cuidadosamente hasta peso constante, y

b) Con el valor obtenido, calcular el porcentaje de materia empleando la siguiente ecuación:

$$\text{Porcentaje de materia insoluble} = (\text{peso del residuo}) \times 100/5$$

#### 8.16. Expresión de resultados

El esmalte base que se emplea para la elaboración de la Tala contiene una cantidad de materia insoluble mayor o igual a 57,25% igual a 73,55%.

#### 8.17 Determinación de cobalto en color azul antes de hornear

Esta prueba permite valorar el porcentaje de cobalto presente en azul, antes de que sea sometido al proceso de horneado.

#### 8.17. Principio

- Debido a que el color azul se elabora con óxido de cobalto puede ser cuantificado empleando métodos químicos.

- El método empleado es una valoración volumétrica de cobalto disolución del etilendiamintetracético (EDTA) empleando murexida como indicador.

- Se forma un complejo de cobalto con EDTA en una relación molar cuando el EDTA se encuentra en un ligero exceso reacciona con el murexida produciendo un cambio muy marcado de color en la solución.

#### 8.17. Reactivos y materiales

##### 8.17.2. Reactivos:

- ácido fluorhídrico concentrado, Monterrey;
- solución trico concentrada,
- solución de hidróxido de amonio 1,0 M;
- solución al 0,1% de murexida, recién preparada, y
- solución valorada de EDTA 0,05 M.

##### 8.17.2 Material:

- material de polipropileno, para manejar el HF;
- material de vidrio Pyrex;
- matraz aforado de 100 ml;
- pipeta volumétrica de 10 ml;
- bureta para 10 ml, con graduación de 0,1 ml;
- pH metro digital, manual, y
- matraz Erlenmeyer.

#### 8.17. Procedimiento

a) Tomar una muestra de color azul, secarla en estufa a 10 h;

b) De esa muestra seca, pesar cuidadosamente un gramo y colocar en vaso de precipitados de polipropileno;

c) Aadir 3 ml de cido fluorh drico concentrado y unas 5 gotas de cido ntrico concentrado y calentar a ba o Mar a hasta que todo el color se disuelva y la soluci n haya tomado un ligero color rosa;

d) Mantener calentando casi a sequedad, aadir un poco de agua destilada y filtrar cuidadosamente, enjuagando el papel filtro y el residuo con agua destilada;

e) Transferir a un matraz de aforaci n de 100 ml y aforar;

f) Tomar 10 ml de soluci n con una pipeta volumetrica de 10 ml en un matraz Erlenmeyer, aadir 50 ml de agua destilada y procesar para la valoraci n de cobalto como sigue:

- Aadir a la soluci n hidrxido de amonio 1M hasta alcanza aproximadamente 6,0;

- Agregar unas gotas de soluci n de murxida y continuar con la soluci n molar de amoniaco hasta que vire a amarillo;

- Valorar entonces con soluci n 0,05 M de EDTA hasta coloraci n en caso de que el color amarillo pase a anaranjado debe aadirse un poco de soluci n de amoniaco hasta coloraci n amarilla y seguir valorando hasta que vire a violeta;

- La cantidad de cobalto presente en la muestra se obtiene por los gastados en la titulaci n de acuerdo a la siguiente equivalencia:

1 ml de soluci n 0,05 M de EDTA  $\equiv$  2,946  $\mu$ g de cobalto

- El porcentaje de cobalto se calcula de acuerdo con la siguiente formula:  
$$\% \text{ de cobalto} = (\text{ml de EDTA gastados}) \times (2,946)$$

#### 8.17. ~~Expresi n~~ de resultados

El color azul empleado en la elaboraci n de la Talavera, a sometido al proceso de horneado, debe contener un porcentaje de cobalto mayor o igual a 2,06% y menor o igual a 3,24%.

#### 8.18. Determinaci n de plomo en pieza terminada

Con esta prueba se valora la cantidad de plomo soluble en las piezas terminadas de Talavera. El muestreo se lleva a cabo conforme a la Norma Oficial Mexicana.

##### 8.18. Principio

Absorci n at mica

##### 8.18. ~~Materiales~~ y equipo

- Espectrofotometro de absorci n at mica.
- Soluci n valorada de plomo.
- Soluci n de cido ac tico al 4%.

##### 8.18. ~~Procedimiento~~

Realizar el procedimiento de acuerdo a lo establecido en la Norma Oficial Mexicana NOM-009-SSA1-1993 (ver cap tulo 2 Referencias).

##### 8.18. ~~Expresi n~~ de resultados

Las piezas de Talavera, coloreada o no, con decoraci n o destinadas a contener alimentos o bebidas, y para uso recreativo deben cumplir con la Norma Oficial Mexicana NOM 010-SSA1-1993 (ver cap tulo 2 Referencias).

## 9. Control de calidad

9.1 De conformidad con el artículo 56 de la Ley Federal sobre Normalización, los productores de Talavera deben mantener sus control de calidad compatibles con las normas aplicables. Asimismo verificar sistemáticamente las especificaciones contenidas en esta NOM, utilizando equipo suficiente y adecuado de laboratorio, así como todos de prueba apropiados, llevando un control estadístico de que objetivamente demuestre el cumplimiento de dichas especificaciones.

9.2 En ningún momento el fabricante/comercializador de Talavera puede elaborar y/o comercializar cualquier otro producto en las instalaciones autorizadas por la dependencia competente; a menos de que cuente con cuentas de producción claramente diferenciadas y la comercialización de cada una de ellas en cuestión sea también claramente diferenciada, a juicio del fabricante/comercializador certificado y se notifique a este dicha circunstancia con anticipación a la fecha de inicio de la producción y/o con simultaneidad de cualquier otro producto distinto a la talavera.

## 10. Comercialización

El fabricante/comercializador no pueden comercializar Talavera con cuenta con certificado expedido por un organismo de certificación aprobado; asimismo, si comercializa simultáneamente otros productos cerámicos, debe tomar las medidas conducentes para evitar confundir al consumidor.

## 11. Evaluación de la conformidad

11.1 Para efectos de la evaluación de la conformidad del producto a la presente NOM, para obtener la certificación correspondiente debe exigirse el cumplimiento de las siguientes especificaciones:

### 11.1.1. Materia prima

a) La verificación de materia prima debe llevarse a cabo mediante inspección visual, constatando lo establecido en el inciso 6.1.1.

b) La densidad de la pasta de barros blanco y negro debe cumplir con lo establecido en el inciso 6.2. de la presente Norma Oficial Mexicana a efecto de no permitir el vaciado.

### 11.1.2. Producto terminado

a) Espesor de la capa de esmalte

Debe verificarse conforme a lo establecido en el inciso 6.7 de la presente NOM.

b) Apariencia

Debe verificarse visualmente, conforme a lo establecido en los incisos 6.5.2 y 6.5.4 de la presente NOM.

c) Reflectancia

Debe verificarse conforme a lo descrito en el inciso 6.8 de la presente NOM.

d) Composición del esmalte

La verificaci3n de esta especificaci3n debe llevarse a cabo ( descrito en los incisos 6.14, 6.15 y 6.16 de la presente Norma Oficial Mexicana).  
e) Determinaci3n de plomo en pieza terminada

La verificaci3n de esta especificaci3n debe llevarse a cabo ( descrito en el inciso 6.18 de la presente NOM).

#### 11.2 Verificaci3n

11.2.1 La comprobaci3n de lo establecido en esta NOM se realiza de verificaci3n realizada por el organismo de certificaci3n aprobado, independientemente de que puede ser inspeccionado por autoridad federal competente.

11.2.2 En la verificaci3n a que se refiere el inciso 11.2.1, certificaci3n debe ir acompaado por una persona experta en la materia que sea ajena al taller sujeto a la verificaci3n.

### 12. Informaci3n comercial

#### 12.1 Informaci3n del producto

La informaci3n comercial indicada en el presente capitulo debe describirse de forma tal que no induzca a error con respecto a las caracteristicas del producto, con caracteres ostensibles, legible y permanente.

La informaci3n se alada en el presente capitulo debe expresarse en espaol, sin perjuicio de presentarse adem3s en otros idiomas, con los siguientes datos como m3nimo:

- Cada pieza de Talavera debe ostentar en forma legible el nombre de la Talavera, as3 como el anagrama. En el caso de las piezas pequeas que no puede incluirse toda la informaci3n, es posible incluir el anagrama.

- Es optativa la inclusi3n de la raz3n social y domicilio de la empresa, como la leyenda alusiva al lugar de fabricaci3n, pudiendo establecerse a criterio del productor, las caracteristicas del producto.

### 13. Vigilancia

13.1 El cumplimiento de la presente NOM ser3 vigilado por la PROFECO, en el 3mbito de sus respectivas competencias.

13.2 Si cualquier dependencia competente por s3 misma, o con base en la delegaci3n de una unidad de verificaci3n acreditada y aprobada, detecta el incumplimiento de cualquier disposici3n considerada como obligatoria de conformidad con lo dispuesto en el capitulo 11 de la presente NOM, se presume la comisi3n de un infracci3n. Dentro de los 15 d3as h3biles siguientes a la notificaci3n de la resoluci3n que emita la dependencia competente, el presunto infractor debe manifestar por escrito lo que a su derecho convenga, en la inteligencia de que agotado dicho plazo la dependencia que emiti3 esa resoluci3n puede imponer las sanciones que correspondan, de conformidad con la ley aplicable en la materia.

Lo anterior deja a salvo las facultades que, conforme a otras disposiciones legales, posean en materia de inspecci3n las dependencias competentes.



#### 14. Bibliografía

- 14.1 Declaratoria General de Protección de la Denominación de Talavera, Diario Oficial de la Federación, septiembre de 1997.
- 14.2 NOM-008-SCFI-1993 Sistema General de Unidades de Medida.
- 14.3 Decreto que declara zona de Talavera de Puebla, a los Judiciales de Atlix, Cholula, Puebla, Teyally, Periódico Oficial Gobierno Constitucional del Estado de Puebla, 13 de julio (1993).
- 14.4 Decreto que reforma los puntos primero, segundo y tercer Decreto publicado en el Periódico Oficial No. 4 de fecha 1 de julio de 1993 que Declara zona de Talavera de Puebla a los Judiciales de Atlix, Cholula, Puebla, Teyally, Periódico Oficial Gobierno Constitucional del Estado de Puebla, 24 de julio (1993).
- 14.5 CINVESTAV. Curso de Estadística. Editorial Cinvestav estadístico I.P.N, México, 1980.
- 14.6 Fernández Chiti Jorge. Diccionario de Cerámica, Córdoba Argentina-1885, Págs. 100-2.
- 14.7 Fournier Robert. Diccionario ilustrado de alfarería y cerámica Omega, Barcelona España, 1981 Págs. 198.
- 14.8 Grant Eugene L. Control de Calidad Estadística. Editorial Mxico, 1971, 4a. impresión.
- 14.9 Hamilton, David. Alfarería y cerámica, Editorial CEAC, España 1985, Págs. 16 y 17.
- 14.10 Keyser, Carl A. Pruebas de materiales, técnicas de laboratorio Editorial Intermusa, México, 1979.
- 14.11 Keyser, Carl A. Técnicas de laboratorio para pruebas de materiales Editorial Intermusa Mass., EUA. 1970.
- 14.12 Merk. Métodos complejos de valoración. Editorial Mxico. 1973.
- 14.13 Orozco D. Fernando. Análisis Químico Cuantitativo. Editorial S.A., México. 1967.
- 14.14 Yamane, Taro. Estadística. Editorial Harla, México. 1979.

#### 15. Concordancia con normas internacionales

La presente NOM no concuerda con ninguna norma internacional que exista. No se encuentra referencia alguna al momento de su elaboración.

México, D.F., a 11 de noviembre de 1998.- La Directora General Carmen Quintanilla Madero.- Rubrica.

# LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Vigente al 11 de abril de 2005)

<http://www.soyentrepreneur.com/chispazos/chis10254.html>

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 156

Folio: 12237

ARTICULO 156.- SE ENTIENDE POR DENOMINACION DE ORIGEN, EL NOMBRE DE UNA REGION GEOGRAFICA DEL PAIS QUE SIRVA PARA DESIGNAR UN PRODUCTO ORIGINARIO DE LA MISMA, Y CUYA CALIDAD O CARACTERISTICA SE DEBAN EXCLUSIVAMENTE AL MEDIO GEOGRAFICO, COMPRENDIDO EN ESTE LOS FACTORES NATURALES Y LOS HUMANOS.

Folio: 12237

---

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 157

Folio: 12238

ARTICULO 157.- LA PROTECCION QUE ESTA LEY CONCEDE A LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN SE INICIA CON LA DECLARACION QUE AL EFECTO EMITA EL INSTITUTO. EL USO ILEGAL DE LA MISMA SERA SANCIONADO, INCLUYENDO LOS CASOS EN QUE VENGA ACOMPA ADA DE INDICACIONES TALES COMO "GENERO", "TIPO", "MANERA", "IMITACION", U OTRAS SIMILARES QUE CREEN CONFUSION EN EL CONSUMIDOR O IMPLIQUEN COMPETENCIA DESLEAL.

Folio: 12238

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 158  
Folio: 12239

ARTICULO 158.- LA DECLARACION DE PROTECCION DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN, SE HARA DE OFICIO O A PETICION DE QUIEN DEMUESTRA TENER INTERES JURIDICO. PARA LOS EFECTOS DE ESTE ARTICULO SE CONSIDERA QUE TIENEN INTERES JURIDICO:

I.- LAS PERSONAS FISICAS O MORALES QUE DIRECTAMENTE SE DEDIQUEN A LA EXTRACCION, PRODUCCION O ELABORACION DEL PRODUCTO O LOS PRODUCTOS QUE SE PRETENDAN AMPARAR CON LA DENOMINACION DE ORIGEN;

II.- LAS CAMARAS O ASOCIACIONES DE FABRICANTES O PRODUCTORES, Y

III.- LAS DEPENDENCIAS O ENTIDADES DEL GOBIERNO FEDERAL Y DE LOS GOBIERNOS DE LA ENTIDADES DE LA FEDERACION.

Folio: 12239

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL  
TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 159  
Folio: 12240

ARTICULO 159.- LA SOLICITUD DE DECLARACION DE PROTECCION A UNA DENOMINACION DE ORIGEN SE HARA POR ESCRITO, A LA QUE SE ACOMPAARAN LOS COMPROBANTES QUE FUNDAN LA PETICION Y EN LA QUE SE EXPRESARA LO SIGUIENTE:

I.- NOMBRE, DOMICILIO Y NACIONALIDAD DEL SOLICITANTE. SI ES PERSONA MORAL DEBERA SE ALAR, ADEMAS, SU NATURALEZA Y LAS ACTIVIDADES A QUE SE DEDICA;

II.- INTERES JURIDICO DEL SOLICITANTE;

III.- SE ALAMIENTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN;

IV.- DESCRIPCION DETALLADA DEL PRODUCTO O LOS PRODUCTOS TERMINADOS QUE ABARCARA LA DENOMINACION, INCLUYENDO SUS CARACTERISTICAS, COMPONENTES, FORMA DE EXTRACCION Y PROCESOS DE PRODUCCION O ELABORACION. CUANDO SEA DETERMINANTE PARA ESTABLECER LA RELACION ENTRE LA DENOMINACION Y EL PRODUCTO, SE SE ALARAN LAS NORMAS OFICIALES ESTABLECIDAS POR LA SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL A QUE DEBERAN SUJETARSE EL PRODUCTO, SU FORMA DE EXTRACCION, SUS PROCESOS DE ELABORACION O PRODUCCION Y SUS MODOS DE EMPAQUE, EMBALAJE O ENVASAMIENTO;

V.- LUGAR O LUGARES DE EXTRACCION, PRODUCCION O ELABORACION DEL PRODUCTO QUE SE TRATE DE PROTEGER CON LA DENOMINACION DE ORIGEN Y LA DELIMITACION DEL TERRITORIO DE ORIGEN, ATENDIENDO A LOS CARACTERES GEOGRAFICOS Y A LAS DIVISIONES POLITICAS;

VI.- SE ALAMIENTO DETALLADO DE LOS VINCULOS ENTRE DENOMINACION, PRODUCTO Y TERRITORIO, Y

VII.- LOS DEMAS QUE CONSIDERE NECESARIOS O PERTINENTES EL SOLICITANTE.

Folio: 12240

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 160  
Folio: 12241

ARTICULO 160.- RECIBIDA LA SOLICITUD POR EL INSTITUTO Y ENTERADO EL PAGO DE LAS TARIFAS CORRESPONDIENTES, SE EFECTUARA EL EXAMEN DE LOS DATOS Y DOCUMENTOS APORTADOS.

SI A JUICIO DEL INSTITUTO, LOS DOCUMENTOS PRESENTADOS NO SATISFACEN LOS REQUISITOS LEGALES O RESULTAN INSUFICIENTES PARA LA COMPRESION Y ANALISIS DE CUALQUIERA DE LOS ELEMENTOS DE LA SOLICITUD, SE REQUERIRA AL SOLICITANTE PARA QUE HAGA LAS

ACLARACIONES O ADICIONES NECESARIAS, OTORGANDOLE AL EFECTO UN PLAZO DE DOS MESES.

SI EL SOLICITANTE NO CUMPLE CON EL REQUERIMIENTO DENTRO DEL PLAZO OTORGADO, LA SOLICITUD SE CONSIDERARA ABANDONADA, PERO EL INSTITUTO PODRA CONTINUAR DE OFICIO SU TRAMITACION EN LOS TERMINOS DEL PRESENTE CAPITULO SI LO CONSIDERA PERTINENTE.

Folio: 12241

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 161  
Folio: 12242

ARTICULO 161.- CUANDO LOS DOCUMENTOS PRESENTADOS SATISFAGAN LOS REQUISITOS LEGALES, EL INSTITUTO PUBLICARA EN EL DIARIO OFICIAL UN EXTRACTO DE LA SOLICITUD.

SI EL PROCEDIMIENTO SE INICIA DE OFICIO, EL INSTITUTO PUBLICARA EN EL DIARIO OFICIAL UN EXTRACTO DE LAS MENCIONES Y REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LAS FRACCIONES III A LA VII DEL ARTICULO 159 DE ESTA LEY.

EN AMBOS CASOS EL INSTITUTO OTORGARA UN PLAZO DE DOS MESES, CONTADOS A PARTIR DE LA FECHA DE PUBLICACION PARA QUE CUALQUIER TERCERO QUE JUSTIFIQUE SU INTERES JURIDICO, FORMULE OBSERVACIONES U OBJECIONES Y APORTE LAS PRUEBAS QUE ESTIME PERTINENTES.

Folio: 12242

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 162  
Folio: 12243

ARTICULO 162.- PARA LOS EFECTOS DE ESTE CAPITULO SE ADMITIRA TODA CLASE DE PRUEBAS CON EXCEPCION DE LA CONFESIONAL Y TESTIMONIAL. LA PERICIAL CORRESPONDERA

AL INSTITUTO O A QUIEN ESTA DESIGNE. EL INSTITUTO PODRA REALIZAR EN CUALQUIER TIEMPO, ANTES DE LA DECLARACION, LAS INVESTIGACIONES QUE ESTIME PERTINENTES Y ALLEGARSE LOS ELEMENTOS QUE CONSIDERE NECESARIOS.

Folio: 12243

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 163  
Folio: 12244

ARTICULO 163.- TRANSCURRIDO EL PLAZO A QUE SE REFIERE EL ARTICULO 161 DE ESTA LEY, EFECTUADOS LOS ESTUDIOS Y DESAHOGADAS LAS PRUEBAS, EL INSTITUTO DICTARA LA RESOLUCION QUE CORRESPONDA.

Folio: 12244

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 164  
Folio: 12245

ARTICULO 164.- SI LA RESOLUCION A QUE SE REFIERE EL ARTICULO ANTERIOR OTORGA LA PROTECCION DE LA DENOMINACION DE ORIGEN, EL INSTITUTO HARA LA DECLARATORIA Y PROCEDERA A SU PUBLICACION EN EL DIARIO OFICIAL. LA DECLARACION DEL INSTITUTO QUE OTORQUE LA PROTECCION A UNA DENOMINACION DE ORIGEN, DETERMINARA EN DEFINITIVA LOS ELEMENTOS Y REQUISITOS PREVISTOS EN EL ARTICULO 159 DE ESTA LEY.

Folio: 12245

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 165  
Folio: 12246

ARTICULO 165.- LA VIGENCIA DE LA DECLARACION DE PROTECCION DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN ESTARA DETERMINADA POR LA SUBSISTENCIA DE LAS CONDICIONES QUE LA MOTIVARON Y SOLO DEJARA DE SURTIR EFECTOS POR OTRA DECLARACION DEL INSTITUTO.

Folio: 12246

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 166  
Folio: 12247

ARTICULO 166.- LOS TERMINOS DE LA DECLARACION DE PROTECCION A UNA DENOMINACION DE ORIGEN PODRAN SER MODIFICADOS EN CUALQUIER TIEMPO, DE OFICIO O A PETICION DE PARTE INTERESADA, SIGUIENDO EL PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO EN ESTE CAPITULO. LA SOLICITUD RELATIVA, DEBERA EXPRESAR LO EXIGIDO POR LAS FRACCIONES I A III DEL ARTICULO 159 DE ESTA LEY, Y UN SE ALAMIENTO DETALLADO DE LAS MODIFICACIONES QUE SE PIDEN Y LAS CAUSAS QUE LAS MOTIVAN.

Folio: 12247

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 167  
Folio: 12248

ARTICULO 167.- EL ESTADO MEXICANO SERA EL TITULAR DE LA DENOMINACION DE ORIGEN. ESTA SOLO PODRA USARSE MEDIANTE AUTORIZACION QUE EXPIDA EL INSTITUTO.

Folio: 12248

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 168  
Folio: 12249

ARTICULO 168.- EL INSTITUTO, POR CONDUCTO DE LA DE  
RELACIONES EXTERIORES, TRAMITARA EL REGISTRO DE LAS  
DENOMINACIONES DE ORIGEN QUE HAYAN SIDO MATERIA DE  
UNA DECLARACION DE PROTECCION EN LOS TERMINOS DE ESTA  
LEY, PARA OBTENER SU RECONOCIMIENTO EN EL EXTRANJERO  
CONFORME A LOS TRATADO INTERNACIONALES.

Folio: 12249

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 169  
Folio: 12250

ARTICULO 169.- LA AUTORIZACION PARA USAR UNA  
DENOMINACION DE ORIGEN DEBERA SER SOLICITADA ANTE EL  
INSTITUTO Y SE OTORGARA A TODA PERSONA FISICA O MORAL  
QUE CUMPLA LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

I.- QUE DIRECTAMENTE SE DEDIQUE A LA EXTRACCION,  
PRODUCCION O ELABORACION, DE LOS PRODUCTOS  
PROTEGIDOS POR LA DENOMINACION DE ORIGEN;

II.- QUE REALICE TAL ACTIVIDAD DENTRO DEL TERRITORIO  
DETERMINADO EN LA DECLARACION;

III.- QUE CUMPLA CON LAS NORMAS OFICIALES ESTABLECIDAS  
POR LA SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL  
CONFORME A LAS LEYES APLICABLES, RESPECTO DE LOS  
PRODUCTOS DE QUE SE TRATE, Y

IV.- LOS DEMAS QUE SE ALE LA DECLARACION.



Folio: 12250

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 170  
Folio: 12251

ARTICULO 170.- LA SOLICITUD PARA OBTENER UNA  
AUTORIZACION DE USO DE DENOMINACION DE ORIGEN DEBERA  
CONTENER LOS DATOS Y ESTAR ACOMPA ADA DE LOS  
DOCUMENTOS QUE SE SE ALEN EN EL REGLAMENTO DE ESTA  
LEY.

Folio: 12251

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 171  
Folio: 12252

ARTICULO 171.- AL RECIBIR LA SOLICITUD DE AUTORIZACION DE  
USO DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN, EL INSTITUTO  
PROCEDERA EN LOS TERMINOS PREVISTOS POR EL ARTICULO  
160 DE ESTA LEY Y EN CASO DE QUE SE SATISFAGAN LOS  
REQUISITOS LEGALES PROCEDERA A SU OTORGAMIENTO.

Folio: 12252

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 172  
Folio: 12253

ARTICULO 172.- LOS EFECTOS DE LA AUTORIZACION PARA USAR  
UNA DENOMINACION DE ORIGEN DURARAN DIEZ A OS,

CONTADOS A PARTIR DE LA FECHA DE PRESENTACION DE LA SOLICITUD EN EL INSTITUTO , Y PODRAN RENOVARSE POR PERIODOS IGUALES.

Folio: 12253

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 173  
Folio: 12254

ARTICULO 173.- EL USUARIO DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN ESTA OBLIGADO A USARLA TAL Y COMO APAREZCA PROTEGIDA EN LA DECLARACION. DE NO USARLA EN LA FORMA ESTABLECIDA, PROCEDERA LA CANCELACION DE LA AUTORIZACION.

Folio: 12254

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 174  
Folio: 12255

ARTICULO 174.- EL DERECHO A USAR UNA DENOMINACION DE ORIGEN PODRA SER TRANSMITIDO POR EL USUARIO AUTORIZADO EN LOS TERMINOS DE LA LEGISLACION COMUN. DICHA TRASMISION SOLO SURTIRA EFECTOS A PARTIR DE SU INSCRIPCION EN EL INSTITUTO, PREVIA COMPROBACION DE QUE EL NUEVO USUARIO CUMPLE CON LA CONDICIONES Y REQUISITOS ESTABLECIDOS EN ESTA LEY PARA OBTENER EL DERECHO A USAR LA DENOMINACION DE ORIGEN.

Folio: 12255

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 175  
Folio: 12256

ARTICULO 175.- EL USUARIO AUTORIZADO DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN PODRA A SU VEZ, MEDIANTE CONVENIO, PERMITIR EL USO DE ESTA, UNICAMENTE A QUIENES DISTRIBUYAN O VENDAN LOS PRODUCTOS DE SUS MARCAS. EL CONVENIO DEBERA SER SANCIONADO POR EL INSTITUTO Y SURTIRA EFECTOS A PARTIR DE SU INSCRIPCION DE ESTA.

EL CONVENIO DEBERA CONTENER UNA CLAUSULA EN LA QUE SE ESTABLEZCA LA OBLIGACION DEL DISTRIBUIDOR O COMERCIALIZADOR DE CUMPLIR CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LAS FRACCIONES III Y IV DEL ARTICULO 169 Y LOS PREVISTOS EN EL REGLAMENTO. EN CASO DE QUE EL DISTRIBUIDOR O COMERCIALIZADOR NO CUMPLIERE CON ESTA OBLIGACION, PROCEDERA LA CANCELACION DE LA INSCRIPCION.

Folio: 12256

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 176  
Folio: 12257

ARTICULO 176.- LA AUTORIZACION DE USUARIO DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN DEJARA DE SURTIR EFECTOS POR:

I.- NULIDAD, EN CUALQUIERA DE LOS SIGUIENTES CASOS:

A) CUANDO SE OTORQUE EN CONTRAVENCION A LAS DISPOSICIONES DE ESTA LEY;

B) CUANDO SE OTORQUE ATENDIENDO A DATOS Y DOCUMENTOS FALSOS;

II.- CANCELACION, CUANDO EL USUARIO AUTORIZADO USE LA DENOMINACION DE ORIGEN EN FORMA DIFERENTE A LA ESTABLECIDA EN LA DECLARACION DE PROTECCION;

III.- POR TERMINACION DE SU VIGENCIA.

Folio: 12257

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 177  
Folio: 12258

ARTICULO 177.- LAS DECLARACIONES ADMINISTRATIVAS DE  
NULIDAD Y CANCELACION SE HARAN POR EL INSTITUTO, DE  
OFICIO, A PETICION DE PARTE O DEL MINISTERIO PUBLICO  
FEDERAL.

Folio: 12258

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 178  
Folio: 12259

ARTICULO 178.- ADEMAS DE LAS PUBLICACIONES PREVISTAS EN  
ESTE CAPITULO, SE PUBLICARAN EN LA GACETA LAS  
DECLARACIONES QUE EMITA Y AUTORIZACIONES QUE OTORQUE  
EL INSTITUTO, ASI COMO CUALQUIER ACTO QUE DE POR  
TERMINADOS LOS EFECTOS DE LOS DERECHOS OTORGADOS EN  
MATERIA DE DENOMINACION DE ORIGEN.

Folio: 12259

**PODER EJECUTIVO****SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL****DECLARATORIA general de protección de la denominación de origen Talavera.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

**DECLARATORIA GENERAL DE PROTECCION DE LA DENOMINACION DE ORIGEN TALAVERA**

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con fundamento en los artículos 6o. fracción III, 158, 159, 163, 164, 166, 167 y 168 de la Ley de la Propiedad Industrial y cuarto punto resolutivo de la Declaración General de Protección de la Denominación de Origen "Talavera de Puebla", publicada el 17 de marzo de 1995 en el *Diario Oficial de la Federación*, procede a la publicación en el *Diario Oficial de la Federación* de la Declaratoria General de Protección de la Denominación de Origen "Talavera".

**ANTECEDENTES**

1.- El 17 de marzo de 1995 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación*, la resolución mediante la cual se otorga la protección prevista en los artículos 157, 158 y demás aplicables de la Ley de la Propiedad Industrial a la Denominación de Origen *Talavera de Puebla*, para ser aplicada a la artesanía de Talavera, surtiendo sus efectos al día siguiente de su publicación. La región geográfica protegida comprende a los distritos judiciales de Atlixco, Puebla, Cholula y Tecali.

2.- Con escrito de fecha 10 de septiembre de 1996, presentado ante este Instituto el 9 de octubre del mismo año, el Gobierno del Estado de Puebla, por conducto del Gobernador Constitucional del Estado, Jicenciado Manuel Bartlett Díaz, solicitó la modificación de la Denominación de Origen "Talavera de Puebla", por el de "Talavera", en los términos de los artículos 159 y 166 de la Ley de la Propiedad Industrial.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 160 de la Ley de la Propiedad Industrial, se dio inicio al trámite de la solicitud de modificación a la declaración general de protección de la denominación de origen Talavera de Puebla.

3.- El 20 de febrero de 1997 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el extracto de la solicitud de modificación de la denominación de origen presentada por el gobierno del Estado de Puebla, en cumplimiento a lo dispuesto en artículos 161 y 166 de la Ley de la Propiedad Industrial. En este extracto se señalaron, con fundamento en los artículos 159 fracciones I a III y 166 de la Ley de la Propiedad Industrial, lo siguiente:

a).- Nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante: Gobierno del Estado de Puebla.

b).- Interés jurídico del solicitante: Fundó su interés jurídico en el hecho de ser Gobierno del Estado de Puebla, en los términos y con fundamento en los artículos 158 fracción III y 166 de la Ley de la Propiedad Industrial.

c).- Señalamiento de la Denominación de Origen: "Talavera de Puebla", publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 17 de marzo de 1995.

d).- Señalamiento de la modificación que se pide y causa que la motiva: El cambio de la Denominación de Origen "Talavera de Puebla" por el de "Talavera", de conformidad al Decreto del Ejecutivo del Estado que reforma los puntos Primero, Segundo y Tercero del diverso publicado en el Periódico Oficial número 4 de fecha 13 de julio de 1993, que declara Zona de Talavera de Puebla, a los Distritos Judiciales de Atlixco, Cholula, Puebla y Tecali, publicado en el Periódico Oficial de dicha entidad federativa el 24 de julio de 1996, el cual modificó el nombre de la región geográfica protegida por la anterior denominación, por el de Zona de Talavera.

4.- Asimismo, con fundamento en el artículo 166 de la Ley de la Propiedad Industrial, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, como autoridad administrativa en la materia, propuso de oficio modificaciones a la citada declaración general de protección, con el objetivo de regular los aspectos relacionados con las autorizaciones de uso de la Denominación de Origen, mismas que se publicaron con el extracto de solicitud señalada en el punto 3 anterior.

5.- De conformidad con el artículo 161 de la Ley de la Propiedad Industrial, se otorgó un plazo de dos meses, contado a partir de la fecha de su publicación en el *Diario Oficial de la Federación*, para que

cualquier tercero que justificara su interés jurídico pudiera formular las observaciones u objeciones que estimara convenientes, aportando las pruebas que sustentaran su dicho.

6.- En el transcurso de los dos meses para que cualquier tercero que justificara su interés jurídico, formulara observaciones u objeciones, así como aportar las pruebas que se estimaran pertinentes, se presentaron los siguientes:

- I.- Con fecha de 18 de abril de este año se presentó ante este Instituto escrito por parte de José Luis Corona Corona, en su carácter de administrador y representante legal de la Fábrica de Talavera la Corona, S.A. de C.V., ofreciendo las pruebas documentales, pericial, reconocimiento o inspección ocular, instrumental y presuncional, y
- II.- Con fecha de 22 de abril de este año se presentó ante este Instituto un escrito a través de la transmisión telefónica facsimilar, por parte del Ing. Moisés Ramos Yañez, Coordinador General de Fomento Artesanal del gobierno del Estado de Guanajuato, en el que argumenta que el cambio de nombre de la denominación de origen afectará a los artesanos de ese Estado, particularmente a los de Dolores Hidalgo, sin presentar ningún tipo de prueba.

7.- El día 5 de agosto de 1997, compareció ante la Dirección de Asuntos Jurídicos del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, el C. José Luis Corona Corona, en representación de la empresa Fábrica de Talavera La Corona, S.A. de C.V., para desistirse de las objeciones y peticiones contenidas en el escrito presentado con fecha 18 de abril de 1997.

#### CONSIDERANDOS

I.- El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial es la autoridad competente para resolver el presente procedimiento de modificación de la denominación de origen Talavera de Puebla, con fundamento en los artículos 6o., 7o., 7 Bis 1, 7 Bis 2, 160, 161, 163, 164 y 166 de la Ley de la Propiedad Industrial; 1o., 3o. y 4o. del Reglamento del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial; 1o. y 4o. del Estatuto Orgánico del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

II.- Una vez demostrado el interés jurídico del Gobernador Constitucional del Estado de Puebla, licenciado Manuel Bartlett Díaz, satisfechos los requisitos legales y resultando que la solicitud de modificación era suficiente para la comprensión y análisis de los elementos de la petición, tal y como se demostró en el capítulo de antecedentes, se procedió a la publicación del extracto de la solicitud de modificación para que cualquier persona que tuviere interés jurídico presentara las observaciones u objeciones al respecto, dentro del plazo de dos meses contados a partir de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

III.- El plazo de dos meses corrió a partir de la fecha de la publicación del extracto de solicitud en el Diario Oficial de la Federación, siendo el 20 de febrero de 1997 y tuvo su término el día 21 de abril de 1997, por ser el día 20 un día inhábil, con fundamento en el artículo 4o. del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, mismo que establece que el plazo fijado en meses concluye el mismo número del día del mes que corresponda, pero en el caso de que el plazo fijado expirara en un día en que el Instituto no labore, ese plazo expirará el primer día hábil siguiente.

IV.- El escrito del C. José Luis Corona Corona, en representación de la empresa Fábrica de Talavera La Corona, S.A. de C.V., se presentó ante este Instituto en tiempo y forma, con fecha 18 de abril de 1997.

Acreditó su personalidad el C. José Luis Corona Corona, para actuar en nombre y representación de la empresa La Fábrica La Corona, S.A. de C.V., a través de la prueba documental pública, consistente en la copia certificada del acta constitutiva de la empresa Fábrica de Talavera La Corona, S.A. de C.V., mediante el instrumento número 6295, volumen 130, del 19 de septiembre de 1991, ante la fe del notario público número 1 del Distrito Judicial de Morelos, Tlaxco, Tlaxcala, licenciada María Josefina del Rayo Cabrera Guarneros.

Asimismo, se tuvieron por admitidas las pruebas ofrecidas y se preparó el desahogo de la prueba pericial presentada, a través de diversas invitaciones a instituciones reconocidas para que la llevaran a cabo.

V.- El escrito del ingeniero Moisés Ramos Yañez, Coordinador General de Fomento Artesanal del gobierno del Estado de Guanajuato, enviado por transmisión telefónica facsimilar, se presentó fuera del plazo

señalado en el punto III anterior, por haberse recibido con fecha 22 de abril de 1997 y por no cumplir con el artículo 5o. último párrafo del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, el cual establece que toda solicitud se tendrá por presentada mediante la transmisión telefónica facsimilar, siempre que la solicitud original y del acuse de recibo de dicha transmisión sean presentados en las oficinas de este Instituto al día siguiente de haberse efectuado la transmisión.

VI.- De la comparecencia del día 5 de agosto de 1997 descrita en el punto 7 del capítulo de antecedentes, se acordó el desistimiento por parte del C. José Luis Corona Corona, en representación de la empresa Fábrica de Talavera La Corona, S.A. de C.V., de las objeciones y peticiones contenidas en el escrito presentado con fecha 18 de abril de 1997 y de las pruebas presentadas en el mismo, de conformidad al acta levantada de misma fecha en las instalaciones del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, en presencia del Director de Marcas y del Director de Asuntos Jurídicos. En este mismo acto, el C. José Cutberto Ramírez Ibañez, en su carácter de Director Jurídico de la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del Estado de Puebla y en ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 32 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado Libre y Soberano de Puebla, manifestó el conocimiento del desistimiento y la aceptación del mismo.

VII.- En virtud del desistimiento manifestado por el C. José Luis Corona Corona, en representación de la empresa Fábrica de Talavera La Corona, S.A. de C.V., y de no considerarse el escrito presentado por el ingeniero Moisés Ramos Yañez, Coordinador General de Fomento Artesanal del gobierno del Estado de Guanajuato, por presentarse fuera del término y no cumplir con las formalidades establecidas en el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, se procede al análisis de la solicitud de modificación presentada.

La protección prevista por los artículos 157, 158 y demás aplicables de la Ley de la Propiedad Industrial a la Denominación de Origen Talavera de Puebla, para ser aplicada a la artesanía de Talavera, establece como región geográfica la zona denominada Zona de Talavera de Puebla, que comprende los distritos judiciales de Atlixco, Cholula, Puebla y Tecali, todos ellos dentro de los límites geográficos del Estado de Puebla.

Esta región geográfica se determinó con base en el Decreto del Ejecutivo del Estado de Puebla que declaró Zona de Talavera Puebla a los distritos judiciales de Atlixco, Cholula, Puebla y Tecali, por lo que al emitirse el Decreto del Ejecutivo Estatal que modifica dicha denominación, de acuerdo a su publicación en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Puebla el 13 de julio de 1993 y cuya entrada en vigor fue a partir del 25 de julio de 1996, tal y como se demostró en la copia simple de esta publicación, siendo prueba plena para demostrar dicho acto, es procedente para la protección de esta denominación de origen su modificación en los términos solicitados.

VIII.- Por otra parte, dentro del plazo de dos meses para que cualquier persona que tuviera interés jurídico presentara las observaciones u objeciones, relativas con el extracto de solicitud de modificación de la denominación de origen, no se presentó ante este Instituto ningún tipo de observación u objeción referente a la propuesta de oficio y que dichas disposiciones obedecen a tener una regulación adecuada y eficaz de los diversos aspectos de la extracción, elaboración, producción, distribución y comercialización del producto artesanal al que se aplica la denominación de origen. Estas disposiciones establecerán la forma legal a la que se sujeta el producto, y en caso de incumplimiento con lo que aquellas disponen, se aplicará lo previsto en el artículo 176 fracción II de la Ley de la Propiedad Industrial.

a).- El primer punto obligará al usuario autorizado de la denominación de origen a que los permisos de uso a un distribuidor o vendedor, deben estar previamente inscritos ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, para que el convenio sea revisado y sancionado, vigilando así el uso que se le dará a la denominación de origen.

PRIMERO.- El usuario autorizado de esta Denominación de Origen, únicamente podrá permitir el uso de ésta, cuando previamente se haya inscrito el convenio de autorización de uso a que se refiere el artículo 175 de la Ley de la Propiedad Industrial en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

b).- El segundo punto condicionará el uso de la denominación de origen con marcas previamente registradas en favor del usuario autorizado, para que exista un control por parte de este Instituto de la manera con la que se comercializa el producto en el mercado nacional e internacional, asimismo, esta



comercialización se sujetará a que dichas marcas que se acompañen con la denominación de origen, cumplan con las disposiciones legales mexicanas aplicables.

**SEGUNDO.-** En ningún caso se usará esta Denominación de Origen con las marcas que el usuario autorizado no haya indicado en la solicitud respectiva o con posterioridad a la autorización de uso. El usuario autorizado está obligado a comunicar al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, previamente a su uso, las marcas que tenga registradas con esta Denominación de Origen.

Para el caso previsto en el artículo 175 de la Ley de la Propiedad Industrial, esta Denominación de Origen, sólo podrá usarse acompañada de las marcas del usuario autorizado y que se establezcan en el convenio de autorización de uso, previa inscripción en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

c).- El punto tercero determinará la responsabilidad del usuario autorizado para que no se permitan la utilización de sus instalaciones para que un tercero, a su vez, solicite otra autorización de uso, asimismo, esta obligación permite un control estricto y la ubicación de las empresas que llevan a cabo las etapas de extracción, producción o elaboración.

**TERCERO.-** La Denominación de Origen sólo podrá usarse en aquellos productos que sean extraídos, producidos o elaborados, en el o los establecimientos donde realiza su actividad el usuario autorizado, de acuerdo a lo que manifieste en su solicitud correspondiente, o bien, en los que determine posteriormente mediante escrito presentado ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. El usuario autorizado de esta Denominación de Origen no podrá permitir el uso de sus instalaciones o establecimientos a otro usuario autorizado o terceras personas para la extracción, producción o elaboración de los productos protegidos por esta Denominación de Origen.

d).- El punto cuarto vinculará, en caso de incumplimiento, la aplicación del artículo 176 fracción II de la Ley de la Propiedad Industrial, responsabilizando el uso de la denominación de origen en el extranjero al usuario autorizado.

**CUARTO.-** Los convenios que celebre el usuario autorizado para permitir el uso de la Denominación de Origen, deberán cumplir con lo dispuesto en la Ley de la Propiedad Industrial y su Reglamento.

e).- El punto quinto asegurará el otorgamiento de las autorizaciones de uso a las personas que efectivamente cumplan con los requisitos previstos en la Ley de la Propiedad Industrial, con la debida y suficiente comprobación de su interés jurídico y la legitimidad del producto artesanal al que pretende aplicar la denominación de origen, independientemente de las normas oficiales aplicables al producto o de apoyo a esta denominación de origen, emitidas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

**QUINTO.-** El solicitante de la autorización de uso de la Denominación de Origen deberá probar fehacientemente, a juicio del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, mediante las pruebas que estime convenientes y las que le sean requeridas, que cumple cabalmente con los procesos de extracción, producción y elaboración del producto, tal y como se indica en la presente Declaración General de Protección, sin perjuicio de las normas oficiales que emita la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

**IX.-** Una vez efectuados los estudios y desahogado cada uno de los elementos anteriormente señalados, además de subsistir las condiciones que la motivaron, con fundamento en el artículo 164 de la Ley de la Propiedad Industrial, se determinan, sin perjuicio de los señalados en el capítulo de antecedentes y tomados en cuenta para la publicación del extracto de solicitud de modificación, así como en los resolutivos de la presente declaratoria de protección y de las normas oficiales que al efecto emita la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, los siguientes elementos:

a).- Señalamiento de la Denominación de Origen: "Talavera", región geográfica en la que se ubica el distrito judicial de Puebla, en donde se ha desarrollado la artesanía de talavera desde el inicio del siglo XVI hasta la fecha, lo que permite la identificación del producto con el nombre de dicha región.

Además, las materias primas principales para la elaboración de la artesanía se extraen de los distritos judiciales ubicados en la región geográfica "Talavera".

b).- Descripción del producto: La materia prima que se utiliza en la elaboración de la Talavera es la arcilla extraída de las minas de la región, para constituirse en el barro negro y blanco, agregándose arenilla, plomo,



estaño y óxido de metales; una vez constituido el barro, se inicia el proceso de torneado y moldeo de los objetos de la loza (vajillas), azulejos, mosaicos, tibores, macetas, retablos y todo tipo de ornamentos, de manera manual o en moldes de yeso; e inmediatamente se lleva a cabo la cocción de las piezas; ya horneadas, de éstas se hace una revisión de calidad a fin de identificar las piezas deterioradas o aquellas que tienen rupturas; posteriormente, las piezas son cubiertas con esmalte cuyas características deben ser el craquelado, color, brillo y acabado vidriado.

Este esmalte, denominado "alarca", se prepara mezclando plomo, estaño y arenilla en la siguiente forma: en un horno de fuego directo se funde el plomo y enseguida se le añade el estaño, moviendo la mezcla hasta que se oxide y tome un color amarillento que cristalice; una vez fría, se muele y combina con agua. La decoración de las piezas se lleva a cabo con pinceles hechos a mano y con los colores a base de minerales diluidos en agua, lo que le da a la Talavera las características con las que se ha logrado la originalidad e identificación de esta artesanía; una vez esmaltadas y decoradas las piezas se prosigue con la segunda cocción.

c).- Señalamiento de los vínculos entre denominación, productos y territorio: La artesanía de Talavera se ha desarrollado por tradición histórica desde el siglo XVI en la ciudad de Puebla, la cual pertenece a la región geográfica denominada Zona de Talavera, además de que en la elaboración de la mencionada artesanía se utilizan las materias primas extraídas de esa misma región geográfica.

La elaboración de la artesanía es considerada un arte por la técnica y procesos de fabricación de los productos. La región geográfica está estrechamente relacionada con la artesanía, por ser la región en donde se introdujo esta técnica de elaboración, por lo que su nombre da origen a los productos que se fabrican en la misma. Además, su acabado, colorido y forma de presentación, resultan ser las características principales para determinar el origen y procedencia de esta artesanía.

Por todo lo anterior se procede a emitir la presente

#### RESOLUCION

PRIMERO.- Se otorga protección a la denominación de origen TALAVERA con la que se designa al producto artesanal que cumpla con las disposiciones legales aplicables y sea originario de la región geográfica denominada Zona de Talavera, que comprende a los distritos judiciales de Atlixco, Cholula, Puebla y Tecali, ubicados dentro de los límites geográficos de la entidad federativa de Puebla.

SEGUNDO.- El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial otorgará el derecho de uso de la Denominación de Origen protegida a las personas físicas o morales que reúnan los requisitos que establece el artículo 169 de la Ley de la Propiedad Industrial.

TERCERO.- El usuario autorizado de esta Denominación de Origen, únicamente podrá permitir el uso de ésta, cuando previamente se haya inscrito el convenio de autorización de uso a que se refiere el artículo 175 de la Ley de la Propiedad Industrial en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

CUARTO.- En ningún caso se usará esta Denominación de Origen con las marcas que el usuario autorizado no haya indicado en la solicitud respectiva o con posterioridad a la autorización de uso. El usuario autorizado está obligado a comunicar al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, previamente a su uso, las marcas que tenga registradas con esta Denominación de Origen.

Para el caso previsto en el artículo 175 de la Ley de la Propiedad Industrial, esta Denominación de Origen sólo podrá usarse acompañada de las marcas del usuario autorizado y que se establezcan en el convenio de autorización de uso, previa inscripción en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

QUINTO.- La Denominación de Origen sólo podrá usarse en aquellos productos que sean extraídos, producidos o elaborados, en el o los establecimientos donde realiza su actividad el usuario autorizado de acuerdo a lo que manifieste en su solicitud correspondiente, o bien, en los que determine posteriormente mediante escrito presentado ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. El usuario autorizado de esta Denominación de Origen no podrá permitir el uso de sus instalaciones o establecimientos a otro usuario autorizado o terceras personas para la extracción, producción o elaboración de los productos protegidos por

**SEXTO.-** Los convenios que celebre el usuario autorizado para permitir el uso de la Denominación de Origen, deberán cumplir con lo dispuesto en la Ley de la Propiedad Industrial y su Reglamento..

**SEPTIMO.-** El solicitante de la autorización de uso de la Denominación de Origen deberá probar fehacientemente, a juicio del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, mediante las pruebas que estime conveniente y las que le sean requeridas, que cumple cabalmente con los procesos de extracción, producción y elaboración del producto, tal y como se indica en la presente Declaración General de Protección, sin perjuicio de las normas oficiales emitidas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

**OCTAVO.-** Esta Resolución de protección de la denominación de origen podrá ser modificada, en su caso, de acuerdo con lo previsto en el artículo 166 de la Ley de la Propiedad Industrial, de oficio o a petición de parte interesada.

**NOVENO.-** La vigencia de la protección de la denominación de origen estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron y sólo dejará de surtir efectos por otra resolución que al efecto emita el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

**DECIMO.-** El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial por conducto de la Secretaría de Relaciones Exteriores, tramitará el registro internacional para su reconocimiento y protección en el extranjero, de conformidad con los tratados internacionales aplicables en la materia.

**DECIMOPRIMERO.-** Se deja sin efectos la resolución de protección de la denominación de origen Talavera de Puebla, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de marzo de 1995.

**DECIMOSEGUNDO.-** La presente Resolución se publicará en el Diario Oficial de la Federación y en la Gaceta de la Propiedad Industrial.

**DECIMOTERCERO.-** La presente Resolución surtirá sus efectos al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

México, D.F., a 1 de septiembre de 1997.- El Director General del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, **Jorge Amigo Castañeda.-** Rúbrica.

## SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

**CONCESION para usar comercialmente una estación de radiodifusión otorgada en favor de Arnoldo Cabada de la O.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Comunicaciones y Transportes.- Subsecretaría de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico.

**CONCESION PARA USAR COMERCIALMENTE UNA ESTACION DE RADIODIFUSION QUE OTORGA EL GOBIERNO FEDERAL, POR CONDUCTO DE LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, EN LO SUCESIVO LA SECRETARIA, EN FAVOR DE ARNOLDO CABADA DE LA O, EN LO SUCESIVO EL CONCESIONARIO, AL TENOR DE LOS SIGUIENTES ANTECEDENTES Y CONDICIONES**

### ANTECEDENTES

I. De conformidad con el artículo 17 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el día 23 de noviembre de 1993, el Acuerdo Secretarial que declaró susceptible de explotación comercial el canal 66 (782-788 MHz), en Mexicali, B.C., con distintivo de llamada XHILA-TV.

II. Con fecha 14 de abril de 1994, la Secretaría seleccionó la solicitud del Concesionario para la continuación de su trámite en términos del artículo 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión.

III. Habiéndose satisfecho los subsecuentes requisitos establecidos por los artículos 17, 19, y demás relativos de la Ley Federal de Radio y Televisión, y con fundamento en el artículo 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y 9o. fracción I de la Ley Federal de Radio y Televisión, la Secretaría otorga al Concesionario la presente Concesión para usar comercialmente una estación de radiodifusión, la que quedará sujeta a las siguientes



**Solicitud de Autorización  
para el uso de una  
Denominación de Origen.**

Uso exclusivo  
Delegaciones y Subdelegaciones de la  
Secretaría de Economía.

Uso exclusivo  
IMPI, Oficinas Regionales del IMPI

Sello, Fecha y hora de presentación,  
No. de folio de entrada.

Etiqueta Precaptura.

Antes de llenar la forma lea las consideraciones generales al reverso.

<b>I DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE (S)</b>		
1) Nombre (s):		
2) Nacionalidad (es):		
3) Domicilio del primer solicitante; calle, número, colonia, código postal:		
Población, Estado y País:		
4) Teléfono (clave):	5) Fax (clave):	6) E-mail:
7) Actividad del solicitante y ubicación del o los establecimientos en donde realiza la actividad:		
<b>II DATOS DEL (DE LOS) APODERADO (S)</b>		
8) Nombre (s):		
9) R G P:		Código de Apoderado:
10) Domicilio; calle, número, colonia, código postal:		
Población y Estado:		
11) Teléfono (clave):	12) Fax (clave):	13) E-mail:
14) Datos complementarios:		
15) Número de registro NOM ante la Dirección General de Normas de la Secretaría de Economía:		
<b>III REGISTRO (S) DE MARCAS QUE SE USARAN CON LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN</b>		
16) Registro (s) número (s):	17) Signo (s) distintivo (s)	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
Bajo protesta de decir verdad, manifiesto que los datos asentados en esta solicitud son ciertos.		
_____ Nombre y firma del solicitante o su apoderado		_____ Lugar y fecha

**Consideraciones generales para su llenado:**

- Este formato de solicitud debe llenarse preferentemente a máquina, no obstante podrá presentarse con letra de molde legible y su distribución es gratuita.
- Este formato de solicitud debe presentarse en original y copia (con firmas autógrafas).
- Sólo se recibirá el formato de solicitud debidamente requisitado y en idioma español.
- El formato de solicitud y sus documentos anexos deben presentarse en la Coordinación Departamental de Recepción y Control de Documentos de la Dirección Divisional de Marcas del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con domicilio en Calle Arenal # 550, 2° Piso, Colonia Tepepan, Delegación Xochimilco, C.P. 16020, México, D.F., con horario de 8:45 a 16:00 horas de lunes a viernes o en la ventanilla de las Delegaciones o Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía u Oficinas Regionales del IMPI.
- Las solicitudes podrán remitirse por correo, servicios de mensajería u otros equivalentes, asimismo se podrán presentar por transmisión telefónica facsimilar en términos del artículo 5o. del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.
- Se autoriza la libre reproducción del presente formato, siempre y cuando no se altere.

**Trámite al que corresponde la forma:** - Denominación de Origen. B) Autorización para su uso.

**Número de Registro Federal de Trámites y Servicios:** IMPI-00-008

**Fecha de autorización de la forma por parte de la Dirección General Adjunta de Servicios de Apoyo del IMPI:** 9-V-03

**Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria:** 30-V-03

**Fundamento jurídico-administrativo:**

Ley de la Propiedad Industrial (D.O.F. 27-VI-91, reformas D.O.F. 2-VIII-94; 26-XII-97, 17-V-99) arts. 169 a 178.

Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial (D.O.F. 23-XI-94) art. 68.

Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el IMPI (D.O.F. 14-XII-94, reforma 22-III-99) art. 33 f. IV.

Acuerdo por el que se establecen los plazos máximos de respuesta a los trámites ante el IMPI (D.O.F. 10-XII-96) art. 3 f. VI.

Acuerdo por el que se da a conocer la tarifa por los servicios que presta el IMPI (D.O.F. 23-VIII-95; reformas 28-XII-95, 10-XII-96, 2-V-97, 4-V-98, 23-II-99, 11-X-00, 14-III-02 y 4-II-03) arts. 15, 15 a, 15 b y 15 c.

Acuerdo por el que se dan a conocer los horarios de trabajo del IMPI (D.O.F. 31-III-99) arts. 3 y 6.

**Documentos anexos:**

- Comprobante de pago de la tarifa correspondiente (original y copia).
- Documento que acredita la personalidad del apoderado (original o copia certificada), o en su caso, copia simple de la constancia del Registro General de Poderes de este Instituto.
- Copia certificada de la autorización de la Norma Oficial (NOM) expedida por la autoridad correspondiente, en su caso.
- Constancia que acredite el cumplimiento de la Norma Oficial Mexicana correspondiente (original o copia certificada).

**Tiempo de respuesta:**

- El plazo máximo de primera respuesta es de 4 meses. No aplica la positiva ni la negativa ficta.

**Número telefónico para quejas:**

Contraloría Interna en el IMPI 5624-04-12 ó 13 (directo)  
5624-04-00 (conmutador)  
Extensiones: 4628, 4629 y 4627 Fax: 56240437  
Correo electrónico buzón@impi.gob.mx

**Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos: 5480-20-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-00-14800 o desde Estados Unidos y Canadá al 1-888-594-3372.**

**Número telefónico del responsable del trámite para consultas:** 53-34-07-00, extensiones 5120 y 5124 o bien consultar la página en Internet: [www.impi.gob.mx](http://www.impi.gob.mx)

## Carta de Intención

Carta intención que celebran por una parte la Señora Ma. Del Socorro Salgado, como oferente y titular de la marca "LA TRADICIONAL DE SALGADO", misma que ampara la compraventa de dulces tradicionales de la ciudad de Celaya Guanajuato. Y por la otra parte:

Como solicitante, quien (s) manifiesta su intención de adquirir los derechos para operar una tienda ( ) o modulo ( ) para comercializar dulces tradicionales , bajo la marca y en el formato de franquicia "La tradicional Salgado" para ser operada en la ciudad de :

La solicitante acepta los siguientes puntos de acuerdo::

1.- Depositar la cantidad de \$20,000.00 ( Veinte Mil pesos 00/100 M.N.) o la cantidad que se señale en la presente si son dos a más franquicias, con el objeto de garantizar la intención y buena fe de adquirir los derechos de la franquicia en los términos pactados por las partes. Esta cifra tendrá carácter de *no reembolsable* de no concretarse la transacción.

2.-Para el caso de que la solicitud de franquicia haya sido aprobada y llegar a un acuerdo favorable por ambas partes, ésta cantidad será tomada a cuenta de la cuota inicial vigente al momento de la firma del Contrato de Franquicia y sus anexos. Se entiende para efectos prácticos que el depósito de referencia y la cuota inicial señaladas se refieren a cada franquicia solicitada, en caso de ser dos o más.

3.- Una vez firmada la presente, y realizado él depósito de referencia en la cuenta bancaria que le señale la oferente y lo compruebe con la ficha de depósito correspondiente, ésta hará llegar a su domicilio la COF, "Circular de Oferta de Franquicias," a la solicitante con el objeto de que conozca la solvencia moral, financiera y legal y pormenores de la operadora de la franquicia "LA TRADICIONAL DE SALGADO", tal como lo marca la ley y reglamento de la materia.

4.- La solicitante acepta haber sido informada con toda oportunidad de que la franquicia "LA TRADICIONAL DE SALGADO", iniciara formalmente sus operaciones en los próximos noventa días una vez que haya terminado el proceso de formato de franquicia que ha estado bajo la asesoría y supervisión de consultores expertos en la materia. Por tal motivo el Contrato de Franquicia y sus anexos, serán enviados a la solicitante en un plazo no mayor a 60 días como máximo. .

Para todos los efectos legales a que haya lugar las partes manifiestan la veracidad de lo aquí acordado , así como la buena fe de quienes en ella firman en la ciudad de México D.F., a los días del mes de del año 2004

LA OFERENTE:

LA SOLICITANTE

---

Sra. Ma. Del Socorro Salgado  
Titular de la marca y Franquicia  
Benito Juárez N0. 109 Nte. Tel 461 612-8706  
Celaya Gto.

**NOTA:** Por apertura de franquicia se mantendrá la oferta de \$20, 000.00 como cuota inicial solo durante la duración de la presente feria. A partir del próximo 15 de marzo del 2004, la oferente se reserva el derecho de fijar los montos de la cuota inicial..





EN EL DÍA		EN EL DÍA																																				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 33%;">PRONÓSTICO</th> <th style="width: 33%;">OBTENIDO</th> <th style="width: 33%;">DIFERENCIA</th> </tr> <tr> <td>Visitas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Entrevistas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Citas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Pedidos</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ventas</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	PRONÓSTICO	OBTENIDO	DIFERENCIA	Visitas			Entrevistas			Citas			Pedidos			Ventas			<h2 style="margin: 0;">REPORTE DE TRABAJO</h2>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 33%;">PRONÓSTICO</th> <th style="width: 33%;">OBTENIDO</th> <th style="width: 33%;">DIFERENCIA</th> </tr> <tr> <td>Visitas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Entrevistas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Citas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Pedidos</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ventas</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	PRONÓSTICO	OBTENIDO	DIFERENCIA	Visitas			Entrevistas			Citas			Pedidos			Ventas		
PRONÓSTICO	OBTENIDO	DIFERENCIA																																				
Visitas																																						
Entrevistas																																						
Citas																																						
Pedidos																																						
Ventas																																						
PRONÓSTICO	OBTENIDO	DIFERENCIA																																				
Visitas																																						
Entrevistas																																						
Citas																																						
Pedidos																																						
Ventas																																						
VENDEDOR _____ N° _____ DE _____ DE 19 _____																																						

N°	NOMBRE DEL PROSPECTO	DIRECCIÓN	RESULTADO	VENTA	GINSENG	VITAMINAS	SUPL. ALIM.	OBSERVACIONES	PRÓXIMA VISITA
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									

**PROSPECTACIÓN ADICIONAL**

N°	NOMBRE DEL PROSPECTO	DIRECCIÓN	COLONIA	TELÉFONO	PRONÓSTICO	OBSERVACIONES

## MANUAL DEL PROVEEDOR

### SERVICIOS A PROVEEDORES

Esta pagina tiene como objeto brindarle a nuestros proveedores los principios básicos de nuestra organización, pues aquí parten los lineamientos fundamentales y filosóficos de nuestra acción, la cual contiene los aspectos más importantes relacionados con la negociación, entrega y pago de su mercancía.

Información a su disposición:

- Guía para nuestros proveedores.
- Consulta de pagos.
- Aclaración a proveedores.

Agradecemos aplique las recomendaciones que en esta pagina le hacemos para que se obtengan los beneficios que esperamos.

### CENTRO DE ATENCIÓN

Para efectos de presentación de catálogos, muestras, listas de precios, autorizaciones de productos y condiciones, contamos para su atención en los siguientes; Centros Administrativos:

#### a) Para la República Mexicana

Comercial Mexicana S.A. de C.V.  
Av. Adolfo López Mateos No. 201 Santa Cruz  
Acatlán Naucalpan, Edo. de México C.P.  
53140  
Teléfono: 53-71-71-11

#### b) Zona Occidente

Comercial Mexicana Guadalajara Américas  
(No. 29)  
Av. Américas No. 425  
Col. Ladrón de Guevara.  
Guadalajara, Jalisco C.P. 04500  
Teléfono: 6-75-64-74, 6-75-66-02 y 6-75-  
58-82 Lada 01-(3)

#### c) Zona Norte (Tijuana)

Comercial Mexicana Sucursal Río.  
Av. Paseos de los Héroes No. 95 C. Plaza Río.  
Tijuana Baja California C.P. 22320  
Teléfono: 84-08-66 Lada 01(66).

#### d) Zona Sureste

Comercial Mexicana Cancún III  
Libramiento Kabah Super Manzana 21, Manzana 4,  
Lote 2.  
Cancún Quintana Roo C.P. 77500  
Teléfono: 80-91-64 y 80-89-64 Lada 01 (98).

### INTEGRACIÓN A NUESTRO CATÁLOGO DE PROVEEDORES.

#### a) Requisitos que deberá entregar a su comprador:

Nombre o Razón Social.

Domicilio :

Fiscal.

Centro de Distribución (Para Devoluciones de Mercancía)

Teléfono y fax (Con clave Lada)



R.F.C. con Homoclave (Copia Fotostática)

Lista de artículos debe contener:

Código de origen asignado por AMECE (AMECOP)

- o Descripción de artículos (Marca y Dimensión)
- o Unidad de recibo.
- o Contenido Neto por Unidad de Recibo.
- Lista de precios.
- Nombre y puesto del Ejecutivo o Representante
- Número de Cuenta Bancaria y Sucursal o plaza del banco (BANAMEX o BANCOMER)

Para su integración al pago vía Electrónica donde autoriza que su pago se realice Transferencia de Fondos deberá presentar lo siguiente:

- Carta membretada en original.
- Cheque original cancelado.

### **b) Asignación del número de proveedor**

El Comprador correspondiente le asignará un número de identificación (Clave de Proveedor) el cual deberá tener presente para cualquier tramite de entrega de mercancía, pago por T.E.F., Aclaraciones de pago, etc.

Cualquier cambio en estos datos, deberá de notificar a su comprador evitando problemas posteriores.

## **NUESTRAS TIENDAS**

### **a) Clasificación de nuestras tiendas**

Nuestra cadena se clasifica en las siguientes Razones Sociales:

COMERCIAL MEXICANA S.A. DE C.V.  
SUPERMERCADOS S.A. DE C.V.

Domicilios Fiscales:

Av. Revolución No. 780 Modulo 2  
Col. San Juan  
Del. Benito Juárez  
D.F. C.P. 03730

Registro Federal:

CME-870331-AZ2  
SME-880503-UG4

### **b) Tipos de tiendas**

Dentro de Comercial Mexicana se cuenta con tres tipos de Tienda, que son:

- TIENDA COMERCIAL MEXICANA.
- MEGA COMERCIAL MEXICANA.
- BODEGA COMERCIAL MEXICANA.

### **c) Centro de almacenamiento y distribución**

Contamos con Centros de Almacenamiento y Distribución, los cuales se encuentran ubicados en las siguientes direcciones:

**DISTRIBUIDORA COMERSA S.A. DE C.V.**

- Calz. Vallejo 980 Col. Industrial Vallejo, México D.F. C.P. 02300. R.F.C. DCO-890227-LMO
- Narciso Mendoza S/N Predio la Palma Barrio san Mateo Iztacalco Cuautitlán de Romero Rubio, Estado de México, C.P. 54850.
- Av. Gobernador Curiel No. 3413, Col. El Manantial Guadalajara Jalisco, C.P. 44970. R.F.C. DCO-890227-LMO

**DISTRICOMEX S.A. DE C.V. (Importación)**

- Narciso Mendoza S/N Predio la Palma Barrio san Mateo Iztacalco Cuautitlán de Romero Rubio, Estado de México, C.P. 54850. R.F.C. DIS-900509-2VO

**DISTRICOMEX, S.A. C.V. (ZONA NORTE)**

- Comercial Mexicana Sucursal Carrusel Boulevard Díaz Ordaz No. 15602, Col. La Meza, C.P. 22450 Baja California Norte. R.F.C. DIS-900509-2VO

## REQUISITOS DE FACTURACIÓN

### a) Datos que debe contener la factura para la entrega de mercancía

La factura deberá contener los siguientes requisitos:

- Razón Social.
- Domicilio Fiscal Completo.
- Registro Federal de Contribuyentes.
- Número de factura.
- Nombre y Domicilio de la Sucursal a donde se embarca la mercancía.
- Cantidad y descripción de la mercancía.
- Código de Barra de los artículos (AMECE).
- Precio unitario de cada artículo, de acuerdo a la unidad de recibo.
- Traslado de IVA cuando corresponda.
- Traslado de IEPS cuando proceda.
- Impresión del timbre Fiscal de la cédula del R.F.C.
- Registro de la Secretaría de Salud (Cuando se requiera)
- Indicar el importe total de la factura en número y letra.
- Leyenda "La reproducción no autorizada de este comprobante constituye un delito en los términos de la disposición Fiscal" (datos del impresor)
- Vigencia de la factura 2 años (fecha de impresión y caducidad). Están exentos de vigencia impresa, aquellos Proveedores que estén autorizados a imprimir sus propias facturas.
- Estar facturada a nombre de algunas de las siguientes Compañías según sea el caso:
  - Comercial Mexicana, S.A. de C.V.
  - Supermercados, S.A. de C.V.
  - Distribuidora Comersa, S.A de C.V.
  - Districomex, S.A. de C.V. (solo Importación)

Con Domicilio Fiscal para todas:





- Recibo de Abarrotes y Perecederos.
- Recibo de Líneas Generales y Ropa.

En las Tiendas de SUMESA únicamente se cuenta con un área de recibo.  
Es importante señalar que usted deberá presentar original y dos copias de su factura para la recepción de mercancía, ya sea en tiendas, bodegas ó almacenes.

### **b) Proveedores Foráneos**

El procedimiento para la entrega de mercancía a través de línea transportista es el siguiente:

- Envíe su mercancía con flete pagado (En la Tienda no pagamos Flete)
- Su mercancía deberá de ir bien flejada ó atada.
- Asegure que el servicio de la entrega sea al domicilio de la Tienda y que el talón de embarque se presente en original y copia.
- Envíe el original de su factura y el Pedido autorizado dentro de la caja o bulto y señale en el exterior con letras de gran tamaño y color visible " Aquí va la factura".
- Al transportista se le sellará de Sujeto a Revisión en el talón de embarque o documento de entrega.
- Se circulará la cantidad de cajas, bultos o peso recibida en el original y copia del talón.
- Si existen diferencias se realizarán las correcciones y se anotarán las cantidades correctas, así mismo se solicitará la firma del transportista en ambos tantos del documento.
- Realizado lo anterior, se estampara en el frente de ambos tantos los sellos de sujeto a revisión y con letra y número de cajas y peso recibido; Firmando el personal de recibo en ambos tantos, entregando el original a su transportista.
- Es importante que verifique que su mercancía coincida con lo facturado y lo indicado en el pedido fincado previamente en el área de Compras o por Tienda
- En tanto que la mercancía foránea esta sujeta a revisión, si existiera alguna diferencia le será descontada en sus pagos, por esta razón la importancia del punto anterior.

### **c) Proveedores que entregan mercancía por Almacenes**

Entrega de su mercancía en un centro de distribución, para suministrar a cada una de nuestras sucursales debiendo de cubrir los siguientes requisitos:

Mercancía que Factura al Almacén de Cuautitlán:

1. Deberá de entregar Original de la factura y 2 copias.
2. Facture a nombre del almacén.
3. Entregue copia de nuestro pedido de Compras o de la orden de Compras.
4. La mercancía se recibe por bulto, caja ó empaque, circulando las cantidades recibidas.
5. Su mercancía deberá de venir en tarimas de 40x48"
6. Se le entregará como comprobante copia de su factura con las cantidades circuladas y folio en el momento del recibo.
7. El recibo de sus mercancías será a través de citas, por lo que no se recibirán proveedores que no cuenten con la misma.
8. Deberá de entregar su mercancía dentro de la vigencia establecida, mínimo 10 días antes de la terminación del pedido.
9. Nuestro sistema tomará como base del recibo el pedido vigente para la generación de su pago.

10. Deberá de entregar el total de la mercancía facturada.

Entrega de mercancía al almacén para su distribución a Sucursales:

1. Deberá de enviar Original de la factura y 2 copias.
2. Facture a nombre de la Sucursal.
3. La mercancía se recibe por caja, empaque ó bulto.
4. Deberá de enviar su mercancía dentro de la vigencia del pedido, respetando la fecha del mismo. Evite devoluciones de tienda y costos de transportes innecesarios.
5. Nuestro sistema tomará como base para el pago la fecha de recibo en sucursal, así como las condiciones del pedido vigente con el que fue entregada la mercancía.
6. Se le entregará como comprobante copia de la factura con sello de recibido indicando el número de cajas o bultos y peso de lo recibido, así como un folio del control de envío.
7. Cada Caja, bulto ó empaque debe indicar en su exterior lo siguiente:
  - Destino y número de tienda.
  - Descripción de la mercancía
  - Indicación del manejo de la mercancía. (frágil y su estiba)
  - Flejado ó sellado correcto de sus cajas o bultos, evitando la violación de las mismas.
  - Asegúrese de que el empaque resista el peso de la mercancía que contiene.

El cobro del flete lo determinará el área de Compras aplicándose en los pagos próximos.

No se aceptan pagos de fletes en los centros de distribución.

**HORARIO DE RECIBO:**

DIA	HORARIO	ALMACÉN
Lunes a Sábado	08:00a.m.-13:00p.m. 14:00p.m.-16:00p.m.	Narciso Mendoza S/N Predio la Palma Barrio San Mateo Iztacalco Cuautitlán de R.R. Edo. de México C.P. 54850

**HORARIO DE CITAS:**

Srtia. Guadalupe Rueda  
Lunes a Sábado de 08:00 a.m. a 12:00 p.m.  
Tel 53-71-71-23; 71-24; 71-25.

**RESPONSABLES:**

- S Almacén de Importación (87)  
Sr. Jorge Sandoval Ext. 1196
- 1. S Almacén de Líneas Generales (90).  
Sr. Juan Álvarez Ext. 1197
- 2. S Almacén Marca Propia (91).  
Sr. Julio López Ext. 1195
- 3. S Almacén de Básicos (99).  
Sr. Margarito Reyes Ext. 1194
- 4. S Almacén Farmacia (122)  
Srita. Alma Isela Ortíz Ext. 7127
- 5. **Sr. José Luis Castillo**  
**Tel. 53-71-71-21**



Mercancía que Factura al almacén de Vallejo (Perecederos):

1. Deberá de entregar Original de la factura y 2 copias.
2. Facture a nombre del almacén.
3. Entregue copia de nuestro pedido de Compras o de la orden de Compras.
4. Presente correctamente la documentación de los productos.
5. Se le entregará como comprobante copia de su factura con las cantidades circuladas y folio en el momento del recibo.
6. Deberá de confirmar la entrega de su producto un día antes.
7. Identificación con fotografía del Transportista que lleva los productos.
8. La descarga en andén es responsabilidad del proveedor.
9. Los márgenes de Control de calidad aceptados estarán notificados al proveedor y/o representante.
10. Su producto deberá venir en tarimas de 1.0 x 1.10 mts. y debidamente emplallada su estiba.
11. Los productos en cajas se deberán entregar en buen estado, cerradas y bien flejadas.

Productos manejados en el Almacén:

- Frutas y Verduras.
- Carne en Canal.
- Vísceras y Congelados.
- Pescados y Mariscos.
- Salchichonería y Lácteos.
- Azúcar.

Aspectos Técnicos que debe de Considerar para la entrega de sus productos en Nuestras diferentes áreas:

#### FRUTAS Y VERDURAS

1. Por prioridad se recibirán los productos del pedido del día.
2. Los productos que se encuentran ofertados bajo confirmación de Compras.
3. La descarga deberá sujetarse a los tiempos y a la cantidad de personal autorizado (de acuerdo a la tabla por tipo de vehículo).
4. Unidades de transporte con termo deberán mantener la temperatura entre 5°C a 8°C.
5. El horario de recibo es el siguiente:

DÍA	HORARIO	ENTRADA
Lunes	6:00 a.m. - 6:00 p.m.	Caseta # 5
Martes: Pedido de línea Adelanto de mercancía	5:00 a.m. - 11:30 a.m. 11:30 a.m. - 15:00 p.m.	Caseta # 5
Miércoles, Jueves, Viernes y Sábado.	6:00 a.m. - 2:00 p.m.	Caseta # 5
Domingo	6:00 a.m. - 13:00 p.m.	Caseta # 5

UBICACIÓN DE ENTRADA:

Caseta # 5: Av. Poniente 140 s/n (Eje 5 Norte) altura del tanque elevado Tel. 53-71-86-90

#### CARNE EN CANAL:

1. Entregue la guía Fitosanitario del producto.
2. Mostrar el marchamo sin ninguna alteración.
3. Temperatura dentro de la caja de -5°C

4. Entrega la carne en canal con ganchos.
5. Horario de Recibo

DIA	HORARIO	ENTRADA
Lunes a Sábado	5:30 a.m. - 10:00 a.m. fuera del horario con autorización	Caseta # 4 Av. Poniente 140 s/n (Eje 5 Norte) tel. 53-71-86-90

**VISCERAS Y CONGELADOS:**

1. Entregue la guía Fitosanitario del producto y si es importación su pedimento Aduanal.
2. Mostrar el marchamo sin ninguna alteración.
3. Temperatura dentro de la caja -5°C.
4. Horario de recibo:

DIA	HORARIO	ENTRADA
Lunes a Sábado	6:00 a.m. - 13:00 p.m.	Caseta # 5 Av. Poniente 140 s/n (Eje 5 Norte) altura tanque elevado, tel. 53-71-86-90

**PESCADOS Y MARISCOS:**

1. Mostrar el marchamo sin ninguna alteración.
2. Las cajas deben estar correctamente limpias.
3. El producto fresco debe presentar una capa de hielo
4. El producto debe venir entarimado.
5. Horario de recibo:

DIA	HORARIO	ENTRADA
Lunes a Sábado	9:00 a.m. - 11:00 a.m.	Caseta # 5 Av. Poniente 140 s/n (Eje 5 Norte) altura tanque elevado, tel. 53-71-86-90

**SALCHICHONERIA Y LACTEOS:**

1. Temperatura dentro de la caja 5°C.
2. Cajas del producto en buen estado, cerradas y bien flejadas.
3. En tarimas de 1.0 X 1.10 mts. y emplallada.
4. Los productos al vacío con sellos visibles.

DIA	HORARIO	ENTRADA
Lunes a Viernes	7:00 a.m. - 11:00 a.m.	Caseta # 5 Av. Poniente 140 s/n (Eje 5 Norte) altura tanque elevado, tel. 53-71-86-90

**AZUCAR:**

1. Los costales deben venir sin ninguna ruptura.
2. La descarga es por cuenta del proveedor
3. Horario de entrega:

DÍA	HORARIO	ENTRADA
Lunes, Miércoles, Jueves, Viernes y Sábado	10:00 a.m. - 14:00 p.m.	Caseta # 4 Av. Poniente 140 s/n (Eje 5 Norte), tel. 53-71- 86-90

**RESPONSABLE:**

- Frutas y Verduras:  
Lic. Enrique Galindo T.  
Horario de Atención: Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 17:00 p.m.  
Sábado de 09:00 a.m. a 14:00 p.m.  
Tel. 53-71-86-71 y 53-71-86-57
- Producción:  
Ing. Rubén Samaniego H.  
Horario de Atención: Lunes a Viernes de 06:00 a.m. a 15:00 p.m.  
Sábado de 06:00 a.m. a 14:00 p.m.  
Tel. 53-71-86-43 y 53-71-86-44
- Gerencia de Perecederos  
Ing. Mario Barranco F.  
Horario de Atención: Lunes a Viernes de 09:00 a.m. a 18:00 p.m.  
Sábado de 10:00 a.m. a 13:30 p.m.  
Tel. 53-71-86-74 y 53-71-86-47  
E-Mail: [mbarran@mail.comerci.com.mx](mailto:mbarran@mail.comerci.com.mx)

**SISTEMA DE RECIBO DE MERCANCIA EN TIENDA**

**a)** Recibo de mercancía en forma automática (Pistola de radio frecuencia) el cual permite que el sistema localice, los pedidos vigentes para su recibo

**b)** La mercancía que se recibe estando vencida su vigencia de entrega, estará sujeta a devolución inmediatamente.

**c)** Existe un doble conteo de mercancía de manera simultanea por parte del personal de recibo de tienda para la validación de la correcta recepción, ya que el cuadraje de ambos conteos se realiza en forma automática.

**d)** El sistema en forma automática asignará el folio de entrada y la emisión del acuse. El acuse de recibo que se entregará contendrá la descripción del artículo y cantidades recibidas.

Es importante mencionar que no se entregara ningún documento a su representante, hasta que se le proporcione su tanto de la factura junto con el acuse de recibo correspondiente. El acuse deberá de ser firmado tanto por personal de nuestra Bodega como por su representante ó transportista de conformidad con la mercancía entregada.

**e)** En caso de surtido parcial, el sistema tratará de agotar los pedidos pendientes cuya fecha de entrega este vigente.

**f)** En caso de existir alguna diferencia en el recibo de mercancía Usted tendrá 10 días para aclarar la misma con la sucursal ( entregas directas).



## DEVOLUCIÓN DE MERCANCIA

### a) Políticas

Las devoluciones se llevarán a cabo, según el acuerdo que Usted haya tenido con nuestro comprador.

1) Si Usted acepta devoluciones de mercancía, la tienda elaborará un aviso de cargo por los siguientes conceptos:

**1.- Mercancía Fuera de Temporada**

Por duplicidad en pedidos  
Por descatalogación de artículos  
Por no efectuar cambio físico  
Mercancía entregada fuera de vigencia

**2.- Mercancía Caducada**

Mercancía caducada

**3.- Devoluciones Programadas**

Devolución programada por compras  
Por negociación con representante  
Por autorización de compras

**4.- Mercancía Defectuosa**

Por no sujetarse a las especificaciones  
Medidas incorrectas  
Mercancía defectuosa

2) El descuento de sus devoluciones se determina con base en el documento vigente en la fecha en que se elabore la devolución (catálogo), invariablemente de los costos que estuvieron vigentes en el momento del recibo.

3) El aviso de devolución de mercancía se publicará en el portal del proveedor a las 72 hrs. de elaborado por la Sucursal, a nivel detalle y costeadada (código, descripción, motivo, cantidad y costo).

4) El plazo para recoger sus devoluciones de mercancía, será de 32 días naturales en mercancía de Líneas Generales, Ropa y Abarrotes y de 10 días naturales para mercancía perecedera, a partir de la fecha de emisión del Aviso de Cargo

5) Si al término del plazo establecido aún no ha pasado por la misma, se dispondrá de ella, por parte de la Sucursal.

6) El proveedor será responsable de recoger su mercancía a través de sus propios medios conforme a lo siguiente

- El proveedor determina al transportista que traslada la mercancía.
- El representante del proveedor o su transportista, debe de presentarse a la sucursal con la hoja membreteada del proveedor, la cual indica el folio o folios que corresponden a la devolución de la mercancía, y en el mismo memorándum debe contener la fotocopia del IFE, licencia de automovilista o identificación de la empresa con fotografía y firma de la persona que recoge la mercancía.

- Se podrán tramitar con la Subdirección de Administración y Procesos de Compras una carta de presentación abierta, para que no sea necesario presentar memorándum cada vez que acudan a la sucursal.
- La Sucursal mantendrá un archivo de carta abierta, para consultar cuando el proveedor o transportista se presenten a recoger su mercancía de devolución.
- Los proveedores o transportistas que cuenten con carta abierta de presentación, invariablemente deberán entregar fotocopia de su identificación.
- El proveedor o transportista que no cumpla con estos requisitos, no le será entregada la mercancía a devolver, considerando que el tiempo de la devolución seguirá corriendo normalmente.
- De las devoluciones que se generen en tienda, les tendremos informados por medio de la página de Provecomer en Internet.
- Para mayor información favor de comunicarse al teléfono 52 70 95 57 ó 95 26

7) Elaborado el aviso de cargo el importe se le descontará en su pago más próximo

8) Si Usted es proveedor que maneja sus devoluciones con el sistema de "cambio", evite que su nota de cambio se convierta en aviso de cargo, sustituya los artículos antes de 20 días, en salchichonería y lácteos antes de 8 días

## SISTEMA DE COSTEO DE FACTURAS

### a) Condiciones para costeo de su factura

- El Grupo Comercial Mexicana reconoce como válido los costos y condiciones de compras pactados con nuestro Comprador y cuya aceptación se haya plasmado en el catálogo, pedido y boletín de oferta. Por lo que no reconoce ningún otro documento para la base de costeo del documento.
- Los costos, descuentos y plazo con que el Grupo Comercial Mexicana paga las facturas de nuestros proveedores se determina con base a la fecha de las condiciones vigente del documento.
- La mercancía solicitada por sucursales la pagaremos con base en los costos y condiciones que estén vigentes en la fecha en que elaboramos el pedido, independientemente de la fecha en que Usted entregue la mercancía y que haya variado la misma.
- Los pedidos elaborados por compras, los pagaremos con base a los costos y condiciones del documento pactadas con Usted.
- En caso de que facture mercancía a precio de línea y se detecta que existe un pedido de oferta con fecha vigente, se tomará la condición de oferta para su pago.

### b) Agotamiento de Pedido

Los pedidos que elabore el Comprador con cantidades deberán de ser surtidos en su totalidad dentro de la vigencia establecida, a partir de la fecha inicial todas sus entregas serán recibidas con base al pedido en orden cronológico hasta agotar las cantidades pedidas, considerando para su pago las condiciones vigentes en la fecha en que se fincó el pedido.

Si se cumple la fecha final del pedido y la cantidad no fue surtida totalmente, le seguiremos recibiendo sus entregas con este pedido hasta completar la cantidad pedida, y su pago se realizará con base a los costos y condiciones del pedido fincado, sin importar la fecha en que Usted surta la mercancía.





### **c) Día de Corte**

El pago de sus facturas se realizará con base a cierto día de la semana especificado por el comprador, y el cual se tomará como fecha de corte para su liquidación de todo lo recibido hasta ese día y será igual a su fecha de vencimiento. Aplica para aquellos proveedores que entregan diario a las Sucursales.

Ejemplo : Si tiene pactado con Usted, el día de pago miércoles nuestro sistema agrupará todo lo recibido en las Sucursales del jueves hasta el miércoles que haya vencido y generará su pago con fecha de corte al día miércoles.

### **d) Fecha de Vencimiento Calculada de Acuerdo a Días Naturales**

La fecha de vencimiento es calculada a partir del día en que se le asigno folio a su mercancía en nuestras sucursales, aplicándole los días de plazo negociado con el comprador. Considerando los días Naturales se calculará la fecha de vencimientos de sus facturas para pago.

### **e) Mezcla de Plazos en una misma Factura**

Deberá de facturar de acuerdo a los pedidos negociado con nuestro Comprador, en el caso en que Usted decida facturarnos con mezcla de plazo en una misma factura, el sistema le calculará su fecha de vencimiento de pago de acuerdo al plazo mayor registrado en nuestras condiciones.

### **f) Mezcla de Precios de Costos de Oferta**

El Grupo Comercial Mexicana reconoce como valido la fecha de asignación de folio de la factura en la sucursal, así como los costos de los pedidos fincados en los que se agotará cantidades para su liquidación, pero si se detecta condiciones de oferta vigente mejores a las que existe a la fecha de recibo de la mercancía nuestro sistema tomará como base éste para el pago de su factura.

## **PAGOS DE FACTURAS**

### **a ) Pago por transferencia electrónica de fondos.**

Nuestra compañía tiene la política de pagar a nuestros proveedores a través de Transferencia Electrónica de Fondos, permitiendo abonar a su cuenta de cheques previamente proporcionada por Usted a nuestro comprador.

#### **BENEFICIOS:**

Este servicio tiene como propósito el simplificar los tramites de pago, así como la disponibilidad inmediata de sus cobros mediante la cuenta de cheques.

No será necesario que usted ó su personal acudan a nuestras oficinas a recoger el pago de sus mercancías.

El pago de sus facturas se realizará mediante los siguientes Bancos autorizados:

BANCO NACIONAL DE MEXICO, S.A. (BANAMEX)  
BBVA-BANCOMER, S.A.

El Banco informará a través de su estado de cuenta los abonos efectuados por el Grupo Comercial Mexicana.

Su **desglose de pago será publicado por Internet 48 hrs.** antes de su depósito

**Nota: Es importante recordarle que el plazo para el cobro de sus facturas comienza a partir de la fecha en que le fue asignado el folio de entrada.**

#### **b ) Altas o cambio de cuentas bancarias:**

Para utilizar este sistema, es indispensable que Usted le proporcione a su Comprador los datos correspondientes ( por escrito en hoja membretada ):

- No. de Proveedor.
- Institución Bancaria.
- No. de Cuenta Bancaria.
- No. de Sucursal.

Para el cambio de Cuenta Bancaria deberá de realizar el trámite con su Comprador correspondiente, reuniendo los siguientes requisitos:

- Carta membretada de su Empresa.
- Llenado del formato que entrega Compras.
- Cheque original cancelado.

También lo puede realizar mandando su información vía e-mail a la siguiente dirección :

despinoz@mail.comerci.com.mx

Nota : Usted podrá proporcionar a su Comprador su cuenta clabe para su registro en el sistema de pagos.

#### **c ) Día de pago:**

De acuerdo al plazo convenido con el comprador, la fecha de corte del desglose será el día en que corresponde su pago, liquidándose vía Transferencia Electrónica de Fondos.

El Grupo Comercial Mexicana realizará los depósitos de Lunes a Viernes correspondiendo a Usted un día específico de pago.

#### **d ) Envío de desglose de pago:**

El envío de la documentación tiene la finalidad de que Usted reciba el pago oportuno de sus facturas en su Empresa, Negocio u Oficina, evitando así el desplazamiento a nuestras oficinas.

Usted podrá consultar el desglose en nuestro portal 48 Hrs. antes de que realicemos su pago.

Recuerde que el envío del comprobante fiscales se realizará por medio de mensajería especializada una vez al mes, así mismo podrá obtener por INTERNET el reportes de sus notas de cargo y crédito a las 48 hrs. de haberse elaborado su pago.

Es importante que Usted confirme su domicilio para el envío de correspondencia directamente en el **portal de provecomer (INTERNET)** ó a través del departamento de Atención a proveedores que se encuentra ubicado en Calzada Vallejo No. 980, Col. Industrial Vallejo C.P. 02300, Del. Azcapotzalco, México D.F., conteniendo los siguientes datos:

Carta membretada de su compañía.  
Razón Social y No. de Proveedor.  
Domicilio completo.  
Teléfono y Fax (Es importante anote su No. de Fax)  
Persona responsable de recibir la correspondencia.

Es responsabilidad de Usted actualizar sus datos, cada vez que efectúe algún cambio.

Nota: Le sugerimos para su comodidad actualizar sus datos por INTERNET.

### e ) Datos que contiene el desglose de pago.

Las claves del detalle de las liquidaciones y de los descuentos que aparecen en los desgloses de pago son los siguientes:

TIPO DE DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
01	Entrada de mercancía
02	Devolución
03	Nota de cargo
04	Rentas de espacio
10	Rapel (entrada)
11	Rapel (devolución)
16	Nota de crédito
18	Ajuste de cargo
19	Ajuste crédito
20	Bonificación promocional (entrada)
21	Bonificación promocional (devolución)
22	No devolución (entrada)
23	No devolución (devolución)
24	Aportación publicitaria (entrada)
25	Aportación publicitaria (devolución)
28	Daymon (entrada)
29	Daymon (devolución)
30	Descuento adicional por nota de cargo (entrada)
31	Descuento adicional por nota de cargo (devolución)
40	Aportación por Inventario y Venta
41	Diferencia en Negociación Auchan
42	Aportación Demostradora
43	Descuento especial Auchan
44	Descuento Lógico
51	Cancelación de entrada
52	Cancelación de devolución
53	Cancelación nota de cargo



54	Cancelación renta de espacio
60	Cancelación rapel (entrada)
61	Cancelación rapel (devolucion)
66	Cancelación nota de crédito
68	Cancelación ajuste cargo
69	Cancelación ajuste crédito
70	Cancelación bonificación promocional (entrada)
71	Cancelación bonificación promocional (devolucion)
72	Cancelación no devolución (entrada)
73	Cancelación no devolución (devolución)
74	Cancelación aportación publicitaria (entrada)
75	Cancelación aportación publicitaria (devolución)
78	Cancelación daymon (entrada)
79	Cancelación daymon (devolución)
80	Cancelación descuento adicional nota cargo (entrada)
81	Cancelación descuento adicional nota cargo (devolución)

La descripción de los claves de los tipos de Emisores que se aplican en sus desgloses de pago, son las siguientes:

TIPO DE EMISOR	DESCRIPCIÓN
01	Entrada de tienda
02	Entrada abarrotes
03	Entrada consumos internos
04	Valuación
05	Devoluciones
10	Notas de Compras
11	Compras automático
13	Contabilidad provincia
14	Sistemas
15	Devoluciones Sima
19	Egresos aplicación automática
20	Fletes y distribución de mercancía
23	Contraloría
26	Egresos aplicación manual
27	Proveedor ventas por catalogo
28	Contabilidad almacenes
29	Almacenes frutas y verduras
30	Espacios promocionales
31	Mercaderías
42	Fletes Controlaría
44	Renta de espacios

#### **f ) Pago anticipado con documento electrónico (Letra de cambio)**

Este servicio tiene el propósito de que Usted tenga la posibilidad de recibir pagos anticipados de manera automática.

Para su alta deberá sujetarse a las siguientes disposiciones:

Negocie con su comprador una solicitud de pago anticipado con documento electrónico.

El comprador fijará un porcentaje de Aforo. (Reserva)

Deberá elaborar y firmar una carta responsiva, la cual le será entregada en el área de Compras.

Copia de identificación del representante legal.

Entregar copia del acta Constitutiva.

Se documentará con base en los pasivos existentes.

Deberá de afiliarse al programa de Cadenas Productivas (Nafin) 01 800 nafinsa

Deberá de establecer negociación con las Instituciones de Factoraje, para la operación que se derive del descuento del documento electrónico.

#### **INSTITUCIÓN.**

- FACTORAJE HELLER FINANCIAL
  - FACTORAJE MIFEL.
  - FIDEICOMISO AAA (Comercial Mexicana) 52-70-93-26
  - FACTOR BAJIO
  - FACTORAJE SANTANDER
  - FACTORAJE BANAMEX
- 
- Los desgloses serán publicados en el portal de provecomer 24 Hrs. después de haberse emitido el documento a nivel detalle.
  - La publicación de las letras serán los día Martes para el área de Líneas Generales, Ropa y Abarrotes, para el área de Perecederos Martes y Jueves
  - El monto de su letra electrónica deberá ser descontar en el portal de Nacional Financiera: **www.nafin.com**
  - Al vencimiento del documento Grupo Comercial Mexicana realizará el pago a través de transferencia de fondos al intermediario financiero con quien opero su letra electrónica.
  - En caso de no ceder la letra electrónica a ningún factoraje, este será cancelado a las 96 Hrs. de haberse emitido.
  - Los aforos, serán abonados al vencimiento en su cuenta de cheques de acuerdo al día asignado de pago.
  - Si requiere de mayor información o tiene duda tendrá que presentarse en el área de Atención a Proveedores oficinas Vallejo.

#### **g ) Entrega de cheque (Por excepción)**

El pago con cheque se efectuará en nuestras oficinas de la Ciudad de México, presentando su credencial de cobro autorizada, en caso de no contar con su credencial de cobro deberá de presentar su acta constitutiva con sello de registro de comercio, identificación oficial IFE y el poder para realizar el cobro del cheque.

Los cheques por excepción serán entregados en nuestra caja general de oficinas Vallejo, únicamente en el horario de 9:00 a 12:00 Hrs

Todo cheque para su pago será nominativo y no negociable.

#### **ACLARACIÓN SOBRE PAGOS O DESCUENTOS**

Grupo Comercial Mexicana cuenta con un departamento de Aclaraciones. En este departamento atendemos todas sus reclamaciones por concepto de diferencias en pago ó facturas vencidas no pagadas a nivel Nacional en nuestras Oficinas Corporativas de Vallejo.

Le recordamos que ningún departamento ó empleado ajeno a Aclaraciones esta facultado para atenderles, si lo hubiera tomaremos su aclaración como no recibida, las reclamaciones las atenderemos de acuerdo a:

### a) Domicilio y horario de recepción

Las aclaraciones deberán ser entregadas en el departamento de atención a proveedores, por medio de una solicitud de reclamación por escrito, la cual se recibirá en las Ventanillas y se proporcionará un número de folio, sello, nombre y firma del personal de aclaraciones, en algunos casos la respuesta será de inmediato en Ventanilla, Usted podrá presentar su documentación en :

#### 1. OFICINAS CORPORATIVAS DE VALLEJO.

CALZ. VALLEJO No. 980, COL. INDUSTRIAL  
VALLEJO, C.P. 02300 MEXICO, D.F.  
DELG. ATZCAPOZALCO. TEL. 53-71-86-61, 85-04, 85-37 Y 86-96.  
FAX 53-71-86-35

2. Los días y horarios en que recibimos su documentación para presentar aclaraciones son:

DIAS	HORARIO
LUNES, MIERCOLES Y JUEVES.	9:00 A 12:00 HRS. Y 14:30 A 16:30 HRS.

3. Le recordamos que el importe mínimo para reclamar por documento es de \$ 150.00

4. Los proveedores que entreguen mercancía con remisión, tendrán que presentar su factura original en nuestras oficinas antes mencionadas, con su desglose correspondiente para la generación del pago.

5. No se aceptan reclamaciones vía Fax o Telefónicas.

6. Es importante que identifique el motivo de su aclaración:

- Facturas vencidas no pagadas.
- Diferencias en pago.
- Verifique las operaciones aritméticas.
- Devoluciones de mercancía.
- Descuentos aplicados

## HORARIO DE CAJA GENERAL

### PAGO DE CHEQUE (POR EXCEPCION)

MARTES O VIERNES DE 9:00 A 12:00 HRS.  
(PREVIA PRESENTACION DE CREDENCIAL DE COBRO)  
DESPUES DE ESTE HORARIO NO SE ENTREGARA NINGUN PAGO.



# CONCLUSIÓN

A través de los años la cajeta ha sido el sustento de varias familias de la ciudad de Celaya, ha trascendido por varios lugares de la República, pero ninguna empresa cajetera de esta ciudad ha invertido un poco de las ganancias para poder llegar a otros Estados, ni mucho menos se ha invertido en realizar experimentos para poder obtener otros productos que contengan cajeta, o embalajes que puedan facilitar y dar comodidad a los consumidores, es por esto que otras compañías dedicadas al mismo rubro invierten poco, pero las ganancias son muchas y esto se refleja en que encontramos sus productos en cualquier tienda, con una presentación agradable sin temor a que se quebré el envase, que hasta los niños sin la supervisión de un adulto la pueden utilizar.

La cajeta es un dulce que se presta para poder crear una infinidad de productos que contengan este confite desde pasteles, gelatinas hasta helados de cajeta, o por el lado de los dulces creando chocolates con relleno de cajeta, e incluso crear productos que revolucionen la forma tradicional de utilizar la cajeta, creando una pastilla con esencia a cajeta que se pueda poner al café e incluso con esta pastilla para los niños ponerle a la leche, esto no es imposible si las empresas contarán con

estrategias a largo plazo e incluso contarán con un departamento de investigación para adelantarse a la competencia sacando productos más innovadores.

El mercado de los niños es un gran negocio sabiéndolo explotar, solamente se requiere de un personaje que les llame la atención para que se identifiquen con él, crear dos o tres productos que vayan enfocados a ellos y por supuesto utilizar los medios de comunicación que lleguen a los pequeños.

Si se les toma en cuenta a los niños desde pequeños esta tradición de la cajeta no se perderá y las empresas no se preocuparían de que la cajeta en algún momento pueda desaparecer, en nuestros días hay una gran cantidad de dulces que existen en el mercado, con sabor que en tiempos atrás no se conocían como ejemplo: citamos el chamoy en los dulces ha tenido una gran aceptación por parte de los niños y de los no tan niños.

Se debe de innovar pero sin quitar la esencia de lo que es la cajeta, para que este producto pueda llegar a otras generaciones.

# BIBLIOGRAFÍA

- CARREÑO, DE MALDONADO, Abigaíl, ***Imagen de Celaya***, tercera edición, Celaya Gto.,1999, P.P. 252
- GAROFALO, Gene, ***Guía Práctica para Ventas y Marketing***, editorial Prentice-Hall, primera edición, México, 2000, P.P. 416
- G. DE CÉSPEDES, Pedro, ***Compendio de Organización del Vendedor***, segunda impresión, México, D.F.1966, P.P. 51
- LLAMAS, José María, ***Estructura Científica de la Venta***, Editorial Limusa, Noriega editores S.A de C.V, México 1994, P.P. 451
- MOLINA, AZNAR, Víctor E, ***El vendedor profesional***, editorial ISEF.

- MÜNCH,GALINDO y GARCIA MARTINEZ, **Fundamentos de Administración**, editorial Trillas, 5 edición, México,1990, P.P. 700
- ZAMARRONI ARROYO, Rafael, **Celaya tres Siglos de su Historia**, Editora mexicana de Periódicos, Libros y Revistas, S.A., México 1975, P.P.800.

## **OTRAS FUENTES**

- [www.méxicodesconocido.com.mx](http://www.méxicodesconocido.com.mx)
- [www.correodelmaestro.com](http://www.correodelmaestro.com)
- [www.grupo reforma.com](http://www.grupo reforma.com)
- [www.terra.com.mx](http://www.terra.com.mx)
  
- [www.guanajuato.gob.mx](http://www.guanajuato.gob.mx)
- [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx)
- [www.impi.gob.mx](http://www.impi.gob.mx)
- [www.franquicias.com](http://www.franquicias.com)
  
- Información del archivo de la empresa Cajetera **La Tradicional de Salgado** Celaya Gto., 22 de julio del 2003.

- GARCIA PELAYO, Ramón, GROSS, Diccionario Usual, octava edición, Larousse,1998.
- Información del manual del **Centro de Desarrollo Personal y Empresarial S.A. de C.V.**, Av. Niños Héroes No. 2804 Int.1 Guadalajara Jalisco.

# INDICE

**Presentación**

**Dedicatoria**

**Introducción**

**Índice**

## **CAPÍTULO 1**

1.1 Antecedentes De La Leche Quemada (Cajeta). -----	2
1.2 Historia De La Empresa Cajetera La Tradicional de Salgado. -----	10

## **CAPÍTULO 2**

2.1 Deterioro De La Imagen De Las Empresas Cajeteras De Celaya. -----	20
2.2 Enemigos De La Cajeta. -----	22
2.3 Las Pequeñas Empresas Cajeteras. -----	22
2.4 Lista De Productos. -----	26
2.5 Competencia Poderosa. -----	28

2.6 El Gobierno Ante Las Empresas Cajeteras. -----	31
--	----

### **CAPÍTULO 3**

3.1 Alternativas Para Mejorar La Imagen De La Cajeta. -----	34
3.2 Patronato De La Cajeta. -----	34
3.3 Marca Colectiva Cajeta De Celaya. -----	41
3.4 Franquicias. -----	42
3.5 La Feria De La Cajeta. -----	46

### **CAPÍTULO 4**

4.1 Ventas. -----	50
4.2 Seis Momentos Para Realizar Una Venta. -----	51
4.3 Tareas Del Departamento De Ventas. -----	54
4.4 Cómo Debe Ser Un Vendedor. -----	55
4.5 El Vendedor. -----	58
4.5.1 El Vendedor En Territorios. -----	60
4.5.2 Medios Para Preparar Al Vendedor En Una Empresa Pequeña. -----	62
4.6 Cómo Mantener Contento Al Cliente. -----	63
4.7. Pasos Para Vender En Una Tienda. -----	65
4.8 Cómo Vender Sus Productos En Una Cadena De Tiendas, En El Caso De Comercial Mexicana. -----	68

4.9 Alternativas Para Un Mejor Desempeño En Las Ventas. -----	71
--	----

## **CAPÍTULO 5**

5.1 Ampliar Línea De Productos. -----	75
5.2 Proporciones. -----	78
5.3 Gama Cromática. -----	79
5.4 Tipografía Primaria y Secundaria. -----	82
5.5 Aplicaciones Y Uso. -----	84
5.6 La Cafeterita. -----	85
5.7 Empanadita De Cajeta. -----	89
5.8 Galletas De Cajeta. -----	92
5.9 Los Problemas De Los Nuevos Productos. -----	94
5.9.1 Cotización y materiales para la realización de los productos. -----	95

## **Anexos**

## **Conclusión**

## **Bibliografía**



# INTRODUCCION

La cajeta es parte de nuestra cultura, nos identifica, mucha gente de cualquier estado oye cajeta y piensa en Celaya. La cajeta como dulce tradicional, y que distingue a esta ciudad, porque es ciento por ciento natural, no está enmascarado de ninguna manera, las empresas están luchando para obtener mejores procesos y empaques, la maquinaria permite que la elaboración sea más higiénica.

Nuestro mercado es diferente al de los dulces industrializados y nuestras tiendas son distintas. Quien consume una paleta en la tienda de la esquina es difícil que consuma un dulce típico, por eso es importante hablar de las empresas dedicadas a fabricar este dulce, no todas las empresas cuentan con la presentación e innovación de imagen, de presentación de envases y en inversión de capital en los medios, y si le aunamos a esto que en otros estados han aparecido varias empresas con suficiente capital para solventar gastos de publicidad, decimos que en las empresas cajeteras de Celaya hay un deterioro de imagen.

La tradición remonta su origen hace más de cien años, para que no se pierda esta, las empresas cajeteras están realizando esfuerzos como:

El Patronato de la Cajeta de Celaya A.C.

La Denominación de Origen de la cajeta para la ciudad de Celaya.

La unificación de todas las empresas en una Marca Colectiva.

La creación de Franquicias en toda la República Mexicana.

La realización de Ferias.

Para que por medio de estos factores se de a conocer la cajeta en todo México y el exterior.

Para poder llevar acabo este proyecto es necesario saber vender, no solamente el producto sino también la idea, es por eso que se necesita personal capacitado para que lleve acabo esta ardua labor día con día, buscando nuevos prospectos y manteniendo los que ya se tienen tanto en los establecimientos y en las áreas que visita el personal.

Para que una empresa perdure en el ramo al que va dirigido es necesario que amplíe la línea de productos que maneja, no se puede sobrevivir eternamente con los mismos productos, a los clientes y a la competencia les gusta la innovación, si la empresa no se preocupa por esta situación se quedará atrás y perderá a sus clientes, hay que explotar el dulce dándole un giro nuevo que nadie ha sabido, llegar nos referimos al mercado de los niños.

# CAPÍTULO 1

- 1.1 Antecedentes de la leche quemada (cajeta).**
- 1.2 Historia de la empresa cajetera La tradicional de Salgado.**

## 1.1 ORIGENES DE LA *LECHE QUEMADA* (CAJETA)<sup>1</sup>

Los Españoles fabricaban y elaboraban la *leche quemada*, desde la época del virreinato, pero, en nuestro continente y más aún, en nuestro país, el primer antecedente de la *leche quemada* se remonta el siglo XVIII, en la época de la colonización española, ya que, al igual que muchas otras costumbres y tradiciones, la *leche quemada* forma parte de la gastronomía heredada por la Madre Patria a la sociedad de América, aunque tenemos que tomar en cuenta que el principal elemento que utilizaban como materia prima en su proceso de producción, no era la leche de cabra (como en nuestros días), sino leche de vaca, tal y como lo menciona Patricia Quintana, periodista del periódico Reforma:

“Con la llegada de los españoles, se empezó a usar leche de vaca, azúcar de caña, almendra, nueces, y demás. Hubo tendencia a mezclar los dulces europeos, a los que se les agregó chocolate”<sup>2</sup>

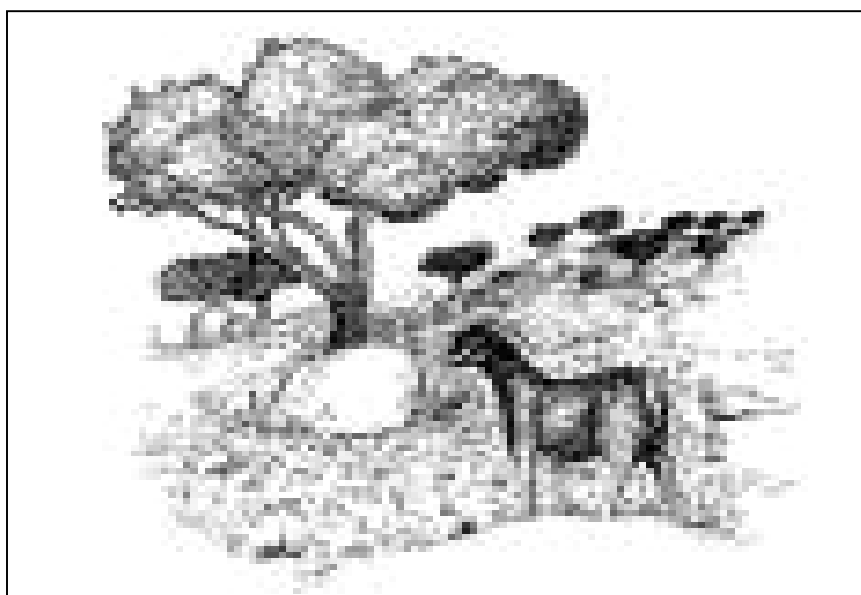
---

<sup>1</sup> [www.méxicolesconocido.com.mx](http://www.méxicolesconocido.com.mx) , [www.correodelmaestro.com](http://www.correodelmaestro.com).

<sup>2</sup> [www.grupo.reforma.com](http://www.grupo.reforma.com)

Cuando los españoles llegaron a México, encontraron grandes manadas de cabras; una de las regiones en las que mayores ventajas tuvieron para asentarse y encontrar alimentación, fue sin duda, el Bajío en Guanajuato, tal y como dice el historiador Rafael Zamarróni, en su libro **Celaya Tres Siglos de su Historia:**

“La Villa de Salaya es tierra llana y montuossa, es abundosa de pastos para ganado y fértil de frutos de España”<sup>3</sup>



La región del Bajío es una región fértil para la crianza de cabras

---

<sup>3</sup> ZAMARRONI ARROYO, Rafael, *Celaya tres siglos de su historia*, Editora mexicana de Periódicos, Libros y Revistas, S.A., México 1975 P. 102

Las cabras al alimentarse de los nutritivos pastos que había en esta región, produjeron más leche, los españoles miraron una alternativa muy ventajosa ya que no tenían muchas vacas, experimentan con leche de cabra, y elaboraron *leche quemada*, les gusto el sabor, es así como se modifica su receta en Nueva España, desde entonces se puede utilizar leche de vaca o cabra para la elaboración de la *leche quemada*.



La leche quemada es una receta antigua heredada de los españoles a las sociedades de América

Como menciona el libro de Cocina Virreinal Novohispana, los españoles enseñaron a elaborar la *leche quemada* a las monjas de los conventos, quienes a través de los años se dedicaron a difundir en la Nueva España los secretos y manufacturas de toda clase de dulces derivados de los lácteos, así como otra clase de postres.

Ellas tenían la obligación de preparar postres para las fiestas importantes, aun podemos encontrar estas recetas en el libro.

Actualmente, en varios Estados de México se le conoce como cajeta, al ate de dulce de membrillo, guayaba y a otros dulces hechos de *leche quemada*, tal vez porque los Españoles realizaban cajeta de mamey, guayaba y chirimoya, como lo menciona Patricia Quintana, periodista ya citada, por lo tanto no podemos decir que la cajeta es solamente los dulces o productos que derivan de la *leche quemada*, sino también son dulces de frutas.



El concepto cajeta tiene gran variedad de significados entre los que se encuentran algunos dulces de frutas y derivados de la leche quemada.

En la ciudad de Celaya a la *leche quemada* se le atribuyo el nombre de cajeta, por la referencia al termino *cajita o cajete*, que era el molde donde se envasaba este producto; por lo regular, la *leche quemada* se introducía en cajitas de madera o de tejamanil. Para dar validez a nuestra afirmación, nos apoyamos en la página de Internet, **México desconocido**, donde se dice textualmente:

“Los celayenses industrializaron la cajeta y fueron los primeros en darla a conocer dentro de sus envases de *cajitas* que se le ocurrió al celayense, señor Cornejo”<sup>4</sup>.



Presentación del envase de una cajeta de Celaya

---

<sup>4</sup> [www.correodelmaestro.com](http://www.correodelmaestro.com)



En la ciudad de Celaya se le conoce como cajeta, únicamente al dulce que se obtiene de la *leche quemada*, la receta tradicional es utilizar leche de cabra o de vaca y combinar los siguientes ingredientes:

- ◆ Azúcar
- ◆ Carbonato
- ◆ Glucosa

En esta ciudad, comienzan a fabricar este dulce lo mejoran, hasta encontrar el punto exacto en la consistencia, de igual forma, se agregaron sabores e ingredientes),es así como obtuvieron: la cajeta natural, la cajeta quemada, la cajeta envinada y la cajeta de vainilla.

Con la fabricación de la cajeta, en esta Ciudad, nacen varios mitos, uno de los más importantes fue cuando se instaló la torre hidráulica (La Bola del agua), se decía que estaba llena de cajeta y que bastaba abrir una llave para tomar toda la que se quisiera.



Bola hidráulica de Celaya, inaugurada en 1910

“Una de las primeras fábricas de cajeta de la región fue **El caballo de Oro**, que estaba ubicada frente a la estación de ferrocarriles,”<sup>5</sup> los pasajeros del tren compraban cajeta en las peculiares *cajitas* de madera y amarradas con mecate.



Tranvía que recorría las principales calles de la ciudad de Celaya

Desde esos momentos y hasta la fecha ha sido importante el desarrollo de la industria cajetera, que hoy en día, en la ciudad de Celaya los productores de cajetas han formado un patronato de empresas cajeteras, en donde participan las más importantes fábricas de la ciudad, tales como:

---

<sup>5</sup> Información del archivo de la empresa Cajetera **La Tradicional**, Celaya, Gto. 22 de julio del 2003, Pág.2

**La Tradicional de Salgado, De Antaño, La Cabrita del Bajío, La Chivita Celayense, La Fina, La Moreliana, La Reyna, La Suprema, La Vencedora, Mex-Cel, Productos Dolce del Bajío y Ricap.**



La Tradicional de Salgado, una de las más antiguas empresas de cajetas.

Es importante señalar que en la continuación de esta tesis nos enfocaremos únicamente en la empresa ***La Tradicional de Salgado***, una de las más antiguas empresas de cajetas de esta nuestra ciudad.

## **I.2 HISTORIA DE LA EMPRESA CAJETERA LA TRADICIONAL DE SALGADO.**

La empresa *La Tradicional de Salgado* es una empresa celayense dedicada a la elaboración y comercialización de la cajeta.

Esta empresa inicia labores en el año de 1860, con otro nombre, sus dueñas, eran las señoritas Aguilar, que después de 50 años venden la marca, pero siguen elaborando la tradicional cajeta y los jamoncillos, con la diferencia que su venta no era al público en general, sino se trabajaba sobre pedido y en situaciones especiales.

\*En el año de 1989, el señor Andrés López Gómez y la señora Ma. del Socorro Salgado, se hacen cargo del negocio dándole marca nueva en el mercado bajo el nombre de *La Tradicional*, a partir de marzo del 2004 se cambia el nombre a *La Tradicional de Salgado* por motivos legales para entrar al sistema de comercialización **Franquicias**.

Entre 1990 y 1991, tienen como fecha de arranque para implantarse en el mercado cajetero. Cuando inicia sus actividades, la empresa no contaba con ningún empleado y la función de atender y fabricar el producto estaba a cargo de los propietarios, Don Andrés y Doña Ma. del

---

\* Entrevista proporcionada por Ing. Andrés López Gómez (Director general)

Socorro, quienes conservaron, mejoraron, y obtuvieron las diferentes recetas de las cajetas, también iniciaron la tarea de comercialización de otros productos.

Con el paso del tiempo, la empresa fue conocida y reconocida en la Ciudad, esto trajo consigo la necesidad de contratar personal, para dar un servicio de mayor atención y calidad a los clientes; es así, como hasta el día de hoy, la empresa cuenta con más de 11 trabajadores: Obreros, empleados de confianza, personal administrativo contable y empleados de aparador.

*La Tradicional de Salgado* desde sus inicios ha crecido con la importante misión de entregar a sus clientes productos 100 por ciento naturales, siempre con la intención de evitar los conservadores, saborizantes y colorantes artificiales, y hacer de cada dulce toda una artesanía. En sus inicios se fabricó únicamente la cajeta (realizada con leche de cabra) y el jamoncillo, se comercializo las palanquetas y **momias de Guanajuato** (dulce de charamusca).

La venta de mayoreo permitió que los productos se vendieran en otras tiendas y de aquí sale la idea de comercializar, también productos de otros estados como: Michoacán, San Luis Potosí, Jalisco y por supuesto de Guanajuato. Ha sido tal el éxito de esta estrategia que en la actualidad se comercializan más de 100 dulces y se elaboran más de 10 productos en la fábrica.

De toda esta lista de productos debemos decir que el más importante de todos es la cajeta y tomando como el producto titular de la empresa, dice el Ing. Andrés López Gómez, que ha sufrido diversas modificaciones y sobre todo ha ampliado su gama de sabores, por ejemplo, en el caso de la cajeta se producen en las presentaciones de: Cajeta natural, Cajeta envinada, Cajeta de vainilla y no menos importante la Cajeta quemada. Otro aspecto importante de la presentación de las cajetas es el embalaje, que a lo largo de los años se ha ido cambiando, pues el tipo de envases que utiliza la empresa para vender sus productos, son de tres tipos: Las cajitas de madera, los envases de vidrio estéril y los envases de plástico.



El envase de vidrio ha sustituido al de las famosas cajas que le dieron nombre a la Cajeta



En un principio se utilizaban las cajitas de madera, pero lamentablemente y a pesar de que este tipo de envase hace que las cajitas de madera se impregnen con el sabor a cajeta (obteniendo un sabor especial), la madera tiene dos desventajas primordiales:

**Primero** que la madera absorbe la humedad del ambiente y disminuye su tiempo de caducidad, pues este fenómeno provoca que la cajeta se cristalice más rápido.

**Segundo**, la higiene es más difícil controlar en este tipo de embalaje. Es por ello que sólo que lo pida el cliente, se utiliza la tradicional madera.



Estos son algunos de los productos y presentaciones que La Tradicional de Salgado ha instituido para sus cajetas.

Por tal razón, se ha implementado el vidrio estéril, que es en sí el más recomendable, por que permite cerrar el producto al vacío, sin problemas de que se vaya a contaminar por aspectos externos (mayor higiene) y además por que amplia en tiempo de caducidad de los productos.

*La Tradicional de Salgado* es una empresa que busca remontarse a su pasado y lo expresa en todo momento, un ejemplo muy claro de ello es su Autovolquete (simulando un tranvía).

“Un autovolquete es un camión, vagón u otro vehículo utilizado para el transporte de materiales.”<sup>6</sup>

Esta idea surgió de los tranvías de pasajeros que circulaban en los años de 1880, por todo el centro de la ciudad y la región.”Celaya tuvo comunicación por medio de sus tranvías tanto por el norte como por el oriente”<sup>7</sup>

*La tradicional de Salgado* mandó hacer un autovolquete, en el año de 1995, pero sin perder la esencia de lo que eran, con la finalidad de dar un servicio de ventas de dulces, por las principales calles y jardín de esta ciudad, además de ser un atractivo turístico y por supuesto que fuera algo histórico que reviviera lo que por mucho tiempo los habitantes de esta ciudad disfrutaron.

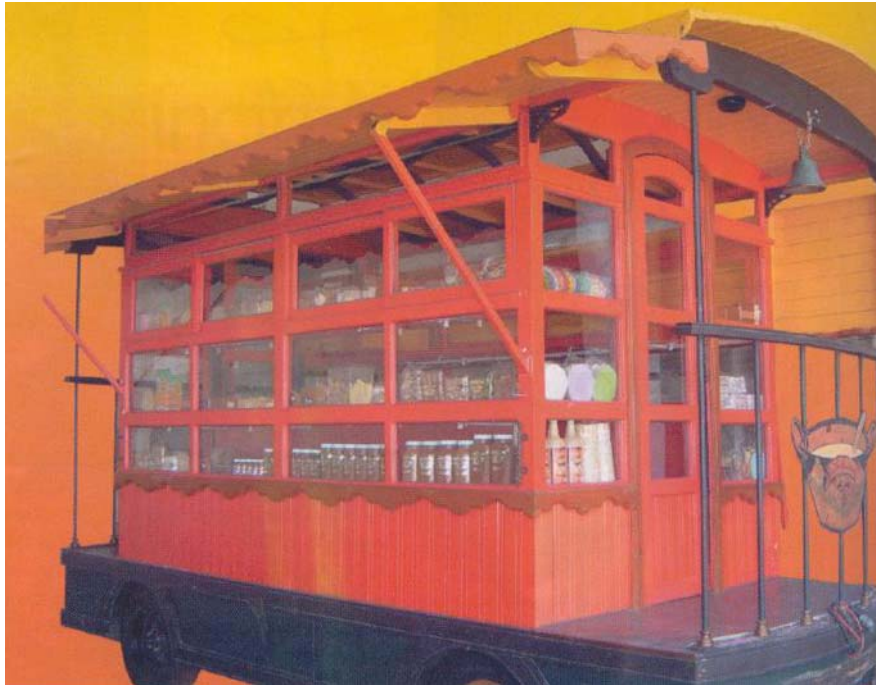
---

<sup>6</sup> GARCIA PELAYO, Ramón, GROSS, Diccionario Usual ,octava edición, Larousse,1998,Pág. 658

<sup>7</sup> www.correodelmaestro.com



Este autovolquete funciona por medio de otro vehículo (tractor o camioneta) el cual lo jala para que circule.



El autovolquete es uno de los atractivo que ha inventado la empresa para crear una imagen distintiva ante sus clientes.

En nuestra actualidad *La tradicional de Salgado* está pasando por un gran auge, en los últimos 6 meses la empresa se a posicionado en diferentes Estados de la República esto gracias a la venta de **Franquicias.**

La empresa *La Tradicional de Salgado* a través de estos 25 años ha tenido la ardua labor de hacer perdurar y dar a conocer nuestras artesanías y tradiciones, es por ello que a lo largo de estos años ha participado en numerosos eventos, representando orgullosamente a la Ciudad de Celaya y al Estado de Guanajuato.

**Entre estos eventos podemos enumerar:**

- 1.- Las Fiestas mexicanas organizadas por Televisa.
- 2.- Confitexpo (Guadalajara)
- 3.- Expo Guadalajara
- 4.- Expo Michoacán
- 5.- Feria de Celaya
- 6.- Expo cajetera (en Celaya)
  
- 7.- Participación en eventos gubernamentales como **Ponte el cinturón en la ciudad de Celaya**
- 8.- Participación en eventos de turismo
- 9.- Apoyando eventos universitarios
- 10.- Diversas Convenciones en la ciudad de Guanajuato
- 11.- Participación en la Feria Internacional de Franquicias, que se llevó a cabo en la ciudad de México D.F. (marzo del 2004).

Este trabajo de apoyo cultural, ha rendido sus frutos, pues producto de este trabajo, *La Tradicional de Salgado* ha recibido varios reconocimientos, entre los que citamos los más importantes:

- 1.- Premio Guanajuato a la calidad.
- 2.- Orgullosamente Guanajuatense
- 3.- Royal Crown to excellent
- 4.- Sun of gold

- 5.- Gran premio América a la calidad y servicio
- 6.- Estrella de diamante internacional a la calidad
- 7.- Estrella de plata al merito empresarial.



Logotipo de La Tradicional

A manera de publicidad, la empresa cajetera *La Tradicional de Salgado* ha sido objeto de varios reportajes y entrevistas en diferentes medios de comunicación como por ejemplo:

**En artículos** de la Revista *México Desconocido*; Reportaje en el *Periódico Reforma*; reportaje en la revista *Guías de Padres* y el más reciente en la revista *inn* de la ciudad de Celaya.

**En televisión** un reportaje en el canal de televisión *People & Art* de la cadena internacional *Discovery Networks*; reportaje en el programa *Cada Mañana* y *Con sello de Mujer* de la cadena nacional de televisión *TV Azteca*.

**En radio** se cuenta una participación en el programa radiofónico de *Cristina Pacheco, por la 1ª. Cadena Regional Radio Formula S. A. DE C. V.*

**Menciones** en autobuses de las concesionarias *ETN y Flecha Amarilla.*

Es así como la empresa *La Tradicional de Salgado* hoy se encuentra como una institución sólida y con presencia, siempre con el orgullo de ser y sentirse celayense, busca mantener su hegemonía como empresa líder en el mercado, a través de apoyo a la ciudadanía, expresión y difusión de su cultura, pero sobre todo, entregando a sus clientes un esfuerzo extra en la calidad de sus productos.



**Fachada de la empresa, punto de venta.**



## **CAPITULO 2**

**2.1 Deterioro de la imagen de las empresas cajeteras de Celaya**

**2.2 Enemigos de la Cajeta**

**2.3 Las pequeñas empresas Cajeteras**

**2.4 Lista de productos**

**2.5 Competencia poderosa**

**2.6 El Gobierno ante las empresas cajeteras**

## 2.1 DETERIORO DE LA IMAGEN DE LAS EMPRESAS CAJETERAS DE CELAYA<sup>8</sup>

Para nadie es un secreto que la ciudad de Celaya está ampliamente relacionada con el concepto cajeta, de hecho, cuando se nombra este dulce, salta a la mente de muchas personas la idea: **La cajeta de Celaya**. Y no es para menos, pues es este municipio el primero, así como lo dice la señora Abigail Carreño en su libro **Imagen de Celaya** en el País, en comercializar e industrializar la cajeta, como casi todas las industrias, éstas nacen en los talleres familiares que con el éxito de su producción van conformándose en empresas.

Sin embargo, muchas de ellas, por el interés principal de la venta fácil, han desfavorecido el que el producto respete los mínimos atributos de buen sabor y atractivo, que hizo en otros tiempos crecer, la costumbre por degustar un dulce de gran sabor; un producto de mediana calidad ha alejado al consumidor quien ha cambiado sus preferencias hacia otros dulces.

---

<sup>8</sup> CARREÑO, DE MALDONADO, Abigail, *Imagen de Celaya*” tercera edición, Celaya Gto., 1999, Pág. 60, [www. Correo del maestro.com.](http://www.Correo-del-maestro.com), [www.terra. com. mx](http://www.terra.com.mx), [www.coronado.com.mx](http://www.coronado.com.mx)

Ahora bien, aquellas empresas que si han continuando con sus mayores esfuerzos, por la perdida de clientela, han tenido que ampliar su línea de productos, para volver a cautivar al cliente así como la racionalización de sus recursos para invertir en publicidad y dividirlos en cada uno de los productos que comercializa.



Lista de productos que una empresa cajetera vende para poder permanecer en el mercado

## 2.2 ENEMIGOS DE LA CAJETA

Uno de los factores que ha afectado negativamente el crecimiento de las microempresas y empresas cajeteras han sido los cada vez menos apoyos que las autoridades han dado hacia el mantenimiento de la imagen de la ciudad como capital de la cajeta.

Otro punto importante que ha afectado la imagen de las empresas cajeteras de Celaya, es el surgimiento de empresas fuera de Celaya, que han generado cajeta sabiendo utilizar capitales fuertes, grandes inversiones en publicidad y mercadotecnia y difusión nacional permanente.

## 2.3 LAS PEQUEÑAS EMPRESAS CAJETERAS<sup>9</sup>

Para decir que las empresas en la ciudad de Celaya en el ramo cajetero son pequeñas las analizaremos en el aspecto financiero, personal ocupado, producción y ventas.

**Financiero:** Es el monto de su capital. El mercado de las empresas cajeteras es limitado y se produce poco.

---

<sup>9</sup> MÜNCH, GALINDO y GARCIA MARTINEZ, "Fundamentos de Administración", editorial Trillas, 5 edición, México, 1990, Pág.47, Información del archivo de la empresa Cajetera *La Tradicional*, Celaya Gto. 22 de julio del 2003, Pág.8



**Personal ocupado:** Las empresas pequeñas son aquellas en las que elaboran menos de 250 empleados, en las empresas cajeteras de Celaya cuentan con:

La Regia	20 empleados
Mex-cel	20 empleados
Productos Dolche	17 empleados
Foods Specialities	15 empleados
La Tradicional de Salgado	11 empleados

**Producción:** Es de acuerdo al grado de maquinización que existe en el proceso de producción. En la elaboración de la cajeta es muy artesanal no se requiere de maquinaria es más indispensable el hombre para obtener este producto.

La Regia	225 kilos diarios
Mex-cel	100 kilos diarios
Productos Dolche	80 kilos diarios
Foods Specialities	100 kilos diarios
La Tradicional de Salgado	50 kilos diarios

**Ventas:** Es el tamaño de la empresa en relación con el mercado, que la empresa abastece con el monto de sus ventas. Las empresas cajeteras son pequeñas, sus ventas son locales.

En cuanto al gremio cajetero, en la ciudad de Celaya, prevalecen las microempresas y es que según estadísticas de INEGI la inversión mínima necesaria para poder abrir una microempresa de este rubro asciende a \$37,100.00 mientras que para tener una pequeña empresa se necesita invertir un mínimo aproximado de \$165,000.00.

Estas cifras dadas por INEGI demuestran que es relativamente fácil el surgimiento de empresas familiares, fenómeno que a la larga ha hecho que en Celaya exista gran cantidad de organizaciones que producen cajeta, más sin embargo, lamentablemente la gran mayoría de estas fábricas, para realizar sus ventas, se apoyan más en la buena imagen tradicional de la cajeta Celayense, que en sus componentes, y de sus productos. Esta invasión de empresas ha deteriorado la imagen de la cajeta Celayense y mucha cantidad ha traído poca calidad.

Para que una empresa familiar se inscriba al Registro Federal de Contribuyentes es necesario cubrir con los siguientes requerimientos, que proporciona el Servicio de Administración Tributaria.(SAT), Ya sea acudiendo a sus instalaciones de la ciudad o por la página de Internet. [www.elsat.com.mx](http://www.elsat.com.mx)

<p>Formato R-1 Solicitud de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes.</p>
<p>Anexo 1. Registro Federal de contribuyentes, personas morales del Régimen General y del Régimen de las personas morales con fines no lucrativos.</p>
<p>Copia certificada y fotocopia del poder notarial con el que acredite la personalidad del representante legal o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales, notario o fedatario público. (copia certificada para cotejo).</p> <p>Para la realización de este documento es necesario acudir con un notario público para que la redacte con las especificaciones necesarias.</p>
<p>Identificación de la persona (original y copia) (credencial de elector, cedula profesional, cartilla militar)</p>
<p>Original y fotocopia de comprobante de domicilio fiscal (recibo de luz, recibo de teléfono, predial).</p>

Ya cuando se tenga todos estos documentos se presentan con una identificación para la realización de sus facturas y cédula en caso de que el negocio se registre como persona moral, y posterior cada mes se tiene que presentar la declaración de impuestos sobre la renta. Y en marzo se deberá realizar la declaración anual.

## **2.4 LISTA DE PRODUCTOS**

Las empresas más importantes de la ciudad no pueden subsistir únicamente de la producción y venta de cajeta, razón por la cual han recurrido a la elaboración de otros dulces al ampliar la gama de marcas comercializadas en sus tiendas, por tal razón las empresas cajeteras tienen que dividir y racionalizar todos sus esfuerzos de publicidad y mercadotecnia; por lo que su participación en medios masivos es inexistente y cuando ésta se da, va orientada a publicitar de un sólo golpe a varias marcas y productos.



La leche quemada a dado origen a gran variedad de productos entre los que se encuentra la Cajeta.

Por otro lado, empresas fuertes como Coronado, que han contado con el apoyo de empresas con grandes capitales, como Televisa y Bimbo, presenta mensajes exclusivos a un solo producto el cual hoy es reconocida en el ramo a nivel nacional.

## 2.5 COMPETENCIA PODEROSA

En el siglo XIX las empresas Celayenses se enfrentan a nuevos negocios provenientes de otros Municipios y Estados de la República, tal es el caso de la empresa Coronado del Estado de San Luis Potosí, la cual inicia sus labores en 1927, como una empresa familiar, en la hacienda de Coronado localizada en el Altiplano Potosino, nombre que después se le atribuirá a sus productos, hoy se ha convertido en la empresa que a nivel nacional mayor reconocimiento y posicionamiento del mercado tiene.

Sobre el origen de la empresa Coronado poco se sabe, de hecho uno de los mitos que la rodean es el origen de la receta, pues mientras algunos dicen que es producción netamente potosina y que era una receta familiar, otros afirman que la receta se la llevaron de Celaya.

Coronado después de 30 años de haber iniciado labores, comenzó a crecer y al poco tiempo se constituye como una sociedad a la que se llamó Productos de Leche Coronado; más adelante y debido a su creciente éxito, empresarios del grupo Televisa compran ésta empresa.

“Con inversión de gran capital, Televisa viste a la empresa cajetera de una nueva imagen”<sup>10</sup>.



Empresa Coronado fundada en  
San Luis Potosí en 1927

Invierte en su proceso de fabricación y presentación, pero lo más importante, planea un proyecto publicitario, de mercadotecnia y distribución que hasta ese momento, en el país, ninguna empresa en el ramo había podido proyectar.

---

<sup>10</sup>[www.coronado.com.mx](http://www.coronado.com.mx)

Los resultados se dieron al poco tiempo y la empresa Coronado comienza a crecer y a ser reconocida nacionalmente como la más importante en su giro.

No obstante, en el año 1995, el grupo Televisa vende esta empresa al Grupo Industrial Bimbo, cuya principal misión fue llevar los productos Coronado por toda la República Mexicana, labor que no fue muy difícil ya que ésta empresa tiene uno de los mejores procesos de distribución en todo América Latina.

Un último cambio administrativo llega en el año 2000, cuando la empresa Ricolino se hizo cargo de Coronado; en la actualidad la empresa Coronado, Ricolino y Barcel constituyen la compañía **Barcel S.A de C.V.**

Siempre con la misión de innovar, hoy la empresa Coronado está generando nuevos proyectos que tiene para lanzar al mercado, por un lado está la nueva cajeta Irlandesa, como comenta el gerente de Coronado Rafael Rivera, tendrá una buena aceptación porque es un producto saludable, natural, nutritivo y energizante, conjuntamente con esto se ha creado el multiempaque para quien quiera cargar la cajeta en el bolsillo.



Otro de sus proyectos es trascender fronteras y llegar a todo Latinoamérica y Estados Unidos, acción que en mucho dejaría de lado, la imagen de que es Celaya el surgimiento de la mejor cajeta.

No se puede comparar a ninguna empresa cajetera Celayense con ésta gran empresa, ya que hay mucha diferencia en el capital de inversión en cuanto a tecnología de producción, innovación de presentación, proyectos de publicidad y estudio de las tendencias de los gustos y preferencias el mercado.

## **2.6 EL GOBIERNO ANTE LAS EMPRESAS CAJETERAS**

A lo largo de los años, poco se ha hecho por parte de las autoridades municipales para impulsar la inversión de capitales en la industria de la Cajeta, además ha tendido a apoyar otras empresas trasnacionales dando todas la facilidades para establecerse en la ciudad.

Tal es el caso de la empresa Price Mart , el gobierno le dio todas las facilidades para establecerse, y así dar fuentes de trabajo, a un número determinado de personas, ahora en estos momentos la empresa ha cerrado y ha dejado a estos empleados sin ninguna fuente de ingreso.

El gobierno Federal lo que esta impulsando son las microempresas, (Changarros) saben que se pueden obtener mejores resultados de estos changarros que de las empresas transnacionales, esto sin tomar en cuenta que las ganancias de estas empresas salen del país .

“El 95% de las empresas en Guanajuato son microempresas y el resto son de empresas transnacionales.”<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> [www.guanajuato.gob.mx](http://www.guanajuato.gob.mx)

# **CAPÍTULO 3**

**3.1 Alternativas para mejorar la imagen de la cajeta.**

**3.2 Patronato de la Cajeta**

**3.3 Marca Colectiva Cajeta de Celaya**

**3.4 Franquicias**

**3.5 La Feria de la Cajeta**

### **3.1 ALTERNATIVAS PARA MEJORAR LA IMAGEN DE LA CAJETA.<sup>12</sup>**

Las empresas cajeteras de la ciudad de Celaya, a través de los años han realizando varias actividades y proyectos para que la cajeta no se olvide y a su vez desaparezca; algunos de estos esfuerzos son: la creación del Patronato de la Cajeta de Celaya A.C., que ya se mencionaron, las empresas que lo integran, la denominación de origen para la ciudad, la importancia de una marca colectiva, la creación de franquicias, por parte de la empresa La Tradicional de Salgado, y la realización de la feria de la cajeta.

### **3.2 PATRONATO DE LA CAJETA**

El Patronato de la cajeta de Celaya A.C. como organización busca que la cajeta a través de los años siga siendo la imagen de identidad de la Ciudad y viceversa, buscando que cada una de las empresas integradas, proporcionen productos de calidad.

---

<sup>12</sup> Información del archivo de la empresa Cajetera *La Tradicional*, Celaya Gto., 22 de julio del 2003, Pág.15, [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx), [www.impi.gob.mx](http://www.impi.gob.mx), [www.franquicias.com](http://www.franquicias.com)

Desde el año 2002 el Patronato de la Cajeta de Celaya A. C. en coordinación con el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial ((IMPI), órgano autorizado por el Gobierno Federal para otorgar la certificación de la **Denominación de origen**), ayudados por el Desarrollo económico del Estado y el Consejo Coordinador Empresarial de Celaya, han buscado que se dé la **Denominación de Origen** de la Cajeta a Celaya. Cabe señalar al hablar de **Denominación de Origen** nos referimos a:

“El nombre de una Región Geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en este los factores naturales y humanos.”<sup>13</sup>

El sello **Denominación de Origen** es mucho más que un certificado para identificar un producto propio de una región, con características únicas y calidad particulares, es una herramienta con la cual el país puede proteger sus productos de la competencia, tal fue el caso con el platillo yucateco (cochinita pibil), por no proteger a este peculiar platillo es fabricado y enlatado por empresas japonesas.

---

<sup>13</sup> [www.impi.gob.mx](http://www.impi.gob.mx)

Los productos mexicanos con **Denominación de origen** son:

- ◆ Tequila
- ◆ Mezcal
- ◆ Talavera
- ◆ Bacanora
  
- ◆ Café de Veracruz
- ◆ Ámbar de Chiapas
- ◆ Charanda
- ◆ Sotol
  
- ◆ Mango Ataulfo del Soconusco de Chiapas
- ◆ Café de Chiapas
- ◆ Olinalá

Para que se de una **Denominación de Origen** hay que demostrar la tradición histórica del producto, conjuntamente la denominación se apega a las Normas Mexicanas Oficiales y a su vez cuenta con un consejo regulador que se encarga de verificar el cumplimiento de dicha norma, cada producto cuenta con una norma específica, (NOM). ( ver ANEXO 1 Norma Mexicana Oficial de la Talavera NOM 132-SCF1-1998).

Para buscar la **Denominación de Origen** de la cajeta a la ciudad de Celaya, se requiere de tiempo, además se deben de tomar en cuenta los factores: naturales y humanos, se debe cumplir con los requisitos legales de la ley, como presentar pagos y llenar solicitudes.

Entre los **factores naturales** que se tomarían en cuenta en Celaya enumeramos:

- ◆ Características del suelo
- ◆ Temperatura
- ◆ Humedad
- ◆ Altura sobre el nivel del mar
- ◆ Clima

Entre los **factores humanos** que se tomarían en cuenta en la ciudad de Celaya para la cajeta enumeramos:

- ◆ Tradición
- ◆ Especialización en determinado arte u oficio
- ◆ Producto originario de la región o zona geográfica, identificando con el mismo nombre.
- ◆ Utilización de procesos especiales.

Para poder hacerlos tramites legales es necesario conocer la Ley de Propiedad Industrial los artículos 156 a 168 de la Protección a la Denominación de Origen y los artículos 169 a 178 de la Autorización para su uso. (ver ANEXO 2 Ley de Propiedad Industrial).

Algunos de los pagos que se deben de hacer conforme al Titulo Quinto de la Ley, para obtener la **Denominación de Origen** son:

15	Por los servicios que presta el Instituto en material de denominaciones de origen, se pagarán las siguientes tarifas:	
15 a	Por el estudio de la solicitud de declaración general de protección a una denominación de origen o de la solicitud de modificación de una declaración general.	712.00
15 b	Por la autorización para usar una denominación de origen o su renovación, por cada uno de estos actos.	315.00
15 c	Por la inscripción de un permiso otorgado por el usuario autorizado para usar una denominación de origen.	268.00
24	Por el informe que se proporcione a personas que lo soliciten por escrito sobre si una marca o aviso comercial ha sido registrado, o si un nombre comercial ha sido publicado, por cada uno.	47.00
24 BI S	Consulta del banco de datos de marcas vía módem: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de anterioridades fonéticas.</li> <li>• Consulta a marca en particular accesada por cualquier vía.</li> <li>• Consulta a lista de 10 marcas por titular o fracción de 10.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$89.50</li> <li>• \$26.50</li> <li>• \$40.50</li> </ul>



## **Ventajas de la Denominación de Origen**

- Benefician tanto a los productores como a los consumidores. A los productores en distribución del producto y a los consumidores en que es un sello de garantía.
- Mejoran los procesos de producción con el fin de desaparecer los negocios y los productos de mala calidad que dañan la imagen y calidad del dulce.
- Fomenta y favorece la organización del sector productivo, facilitando el acceso de los productores a los mercados nacionales e internacionales.
- El sector proporciona un marco legal para defender y proteger al producto de las **Denominaciones de Origen** falsas o la piratería.
- A nivel regional, nacional e internacional mejora la divulgación, promoción y la oferta del producto protegido.
- Para garantizar al consumidor la calidad de los productos es necesario que estos cumplan con las Normas Oficiales Mexicanas.

La solicitud de declaración de protección a una **Denominación de Origen**, se hará por escrito, ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). (Formato de Solicitud ver ANEXO 3), a esta solicitud se le aunarán los comprobantes que funden la petición y en la que se expresará lo siguiente:

1. Nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante. Si es persona moral y las actividades a que se dedica;
2. Interés jurídico del solicitante;
3. Señalamiento de la **Denominación de Origen**.
4. Descripción detallada del producto terminado, especificando desde el proceso de extracción, pasando a la elaboración hasta llegar al embalaje o envasamiento.
5. Lugar o lugares de extracción, delimitación del territorio de origen que se quiera proteger con la **Denominación de Origen**;
6. Señalamiento detallado de los vínculos entre Denominación, producto y territorio, y
7. Los demás que considere necesario o pertinentes el solicitante.

Después que el IMPI reciba la solicitud y se hayan hechos los pagos de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los datos y documentos aportados. En caso que los documentos presentados no sean de total comprensión el solicitante tiene dos meses para hacer las aclaraciones correspondientes. Si los documentos son comprensivos y cumplen con lo establecido , el IMPI publicará en el Diario Oficial un extracto de la solicitud. (ver ANEXO 4 Declaratoria general de la protección de la **Denominación de Origen** de la Talavera).

Para que el Patronato de la Cajeta de Celaya A.C. concluya este trabajo, se requiere que los productores de este dulce trabajen arduamente, porque la **Denominación de Origen** como ya se menciona se requiere de tiempo y de grandes inversiones económicas, para que la cajeta se pueda comercializar a nivel nacional e internacional.

### **3.3 MARCA COLECTIVA CAJETA DE CELAYA**

Para poder crecer en el ámbito cajetero los empresarios de la Cajeta han pensado en hacer una marca colectiva llamada **La Cajeta de Celaya**

“La marca colectiva es una marca que pertenece a varios, o bien pertenece a una organización o a una cooperativa cuyos miembros la pueden utilizar, siempre y cuando respeten las condiciones establecidas por la organización.”<sup>14</sup>

El empleo de marcas colectivas constituye una alternativa de protección para productos vinculados a una Región.

---

<sup>14</sup> [www.impi.gob.mx](http://www.impi.gob.mx)

## **Ventajas de la Marca Colectiva**

- Reducen el gasto, honorarios, impuestos y aranceles que se requieren para el registro y protección de marcas individuales en muchos países.
- Facilita el acceso a mercados internacionales.
- A los productos a los que se le aplique la marca colectiva contará con un valor agregado, ejemplo: La cajeta de Celaya es de calidad.
- Existen reglas de distribución de manera consensual.

## **3.4 FRANQUICIAS**

Para entender más sobre las franquicias es necesario saber que significa esta palabra, **franquicia** proviene del termino inglés (franchising) es un método de comercialización de productos, servicios y tecnología, el cual tiene que haber dos partes involucradas en el sistema para que se realice el negocio por un lado está el franquiciante (quien vende), el cual presta su marca y el sistema del negocio; y por otro lado, el franquiciado (comprador),

quien paga una regalía y por lo regular paga una cuota inicial por el derecho de realizar negocios bajo el nombre y sistema de producción del dueño de la marca (franquiciante).



Logotipo más reciente de la empresa

### **Ventajas de las franquicias**

- **Reputación:** El nuevo dueño no tiene que trabajar para establecer la reputación del negocio. El producto o servicio que se ofrece ya es aceptado por el público.
- **Capital de trabajo:** cuesta menos dinero operar un negocio de concesión, porque el franquiciante le da al comprador buenos controles de inventario y otros medios para reducir los gastos.

- Experiencia: el consejo dado por el franquiciante compensa la inexperiencia del nuevo propietario.
- Asistencia gerencial: Las mejores compañías de franquicia le dan al franquiciado asistencia continua en estas áreas.
- Motivación: debido a que el comprador y el vendedor se benefician del éxito de la operación, ambos trabajan adecuadamente para lograrlo.

La empresa La Tradicional de Salgado desde el mes de marzo del año 2004, al ser invitados a la Expo de Franquicias en la ciudad de México, ha trabajado en este método, como franquiciante, buscando que la cajeta y sus dulces lleguen a más ciudades de toda la República. Preocupándose desde el lugar en que se ubicará la tienda, arreglo de los muebles (vitriñas, aparadores), la colocación de los productos y sobre todo la distribución de los mismos.

En este caso, para que una empresa pueda adquirir la franquicia de La Tradicional de Salgado tiene que pasar por un proceso de evaluación en el que se analizan aspectos como:

Un cuestionario que deben de responder a sus preguntas, visitar el posible lugar en que se ubicará la tienda, venderle los muebles y ubicarlos cada uno, y la colocación de mercancía, ya cuando este todo esto en orden la empresa les envía los productos y una vez a la semana irá para realizar sus pedidos.

Por medio del cuestionario obtendremos las respuestas que nos revelarán posición económica, ciudad, quien la atenderá y porque desea tener la franquicia de la empresa La Tradicional de Salgado. (Ver cuestionario en el ANEXO 5)

De marzo a septiembre la empresa la Tradicional de Salgado cuenta con tres empresas afiliadas como franquiciadas, ubicadas en la ciudad de Salamanca, Querétaro y León.



La empresa celayense La tradicional de Salgado,  
la única empresa que maneja franquicias

### 3.5 LA FERIA DE LA CAJETA

Otra alternativa que ha utilizado el Patronato de la Cajeta, es la organización de Eventos, Ferias y exposiciones; tal es el caso de la feria de la cajeta la cual se llevó a cabo por primera vez en octubre del año 2001.

La **Feria de la cajeta** se ha vuelto una tradición y se une a las celebraciones del Aniversario de la fundación de la ciudad de Celaya (12 de octubre ); cada año esta feria ha ido aumentando en reconocimiento y en participantes, el numero de entre los que se encuentran productores, sino también la ciudadanía y pueblos circunvecinos.

La feria de la cabra el queso y la cajeta se llevó acabo en las instalaciones de la feria, los días 09,10,11,y 12 de octubre del 2004, en donde participaron ganaderos, y productores de quesos y de cajetas.





Stand de la empresa La Tradicional de Salgado en la  
IV Feria de la Cabra 2004: El queso y la cajeta

Al lugar asistieron personas de diferentes municipios y de otros estados, la entrada era libre, solamente se cobraban las conferencias que se impartieron en el transcurso de los días de feria, tales conferencias trataban de diversos temas relacionados con animales caprinos, elaboración de cajeta y estrategias de ventas tomando como tema principal las franquicias.

En la feria se podía consumir los diferentes productos de queso y cajeta, de diferentes, sabores y marcas de la ciudad, por su puesto la empresa la Tradicional de Salgado no podía faltar a tal importante festejo, teniendo así dos stand, en los cuales podía encontrar su gran variedad de productos.



Fotograma en la IV Feria de la Cabra 2004: El queso y la cajeta

# **CAPITULO 4**

**4.1 Ventas.**

**4.2 Seis momentos para realizar una venta.**

**4.3 Tareas del departamento de ventas.**

**4.4 Cómo debe ser un vendedor.**

**4.5 El vendedor.**

**4.5.1 El vendedor en territorios.**

**4.5.2 Medios para preparar al vendedor en una empresa  
pequeña.**

**4.6 Cómo mantener contento al cliente.**

**4.7 Cómo vender sus productos en una cadena de tiendas de  
auto servicio en el caso de Comercial Mexicana.**

**4.8 Pasos para vender en una tienda.**

**4.9 Alternativas para un mejor desempeño en las ventas.**

## 4.1 VENTAS <sup>15</sup>

Las ventas son indispensables en nuestra sociedad para que una empresa pueda permanecer en el mercado y para que tanto empleados como dueños puedan sobrevivir. Para saber que es una venta daremos la definición, según el autor del libro **Estructura Científica de la Venta** José María Llamas.

“La ciencia de interpretar características del producto o servicio en términos de satisfacción del consumidor, para actuar después mediante técnicas adecuadas, sobre el convencimiento de sus beneficios y la persuasión de la conveniencia de su posesión o disfrute inmediatos.”<sup>16</sup>

Dentro de todo negocio sin importar el ramo al que esté enfocado, todos en la empresa son vendedores del producto o servicio, desde la secretaria que está vendiendo la imagen del lugar, hasta el director que atiende a los posibles clientes, nos enfocaremos únicamente el vendedor como parte del departamento de ventas.

---

<sup>15</sup> MOLINA, AZNAR, Víctor E, *El vendedor profesionà*, editorial ISEF., LLAMAS, José María, *Estructura científica de la venta*, Editorial Limusa, Noriega editores S.A de C.V, México 1994 Pág.73, Información del manual del **Centro de Desarrollo Personal y Empresarial S.A. de C.V.**, Av. Niños Héroes No. 2804 Int.1 Guadalajara Jalisco, Pág.13., G. DE CÉSPEDES, Pedro, *Compendio de organización del vendedor*, segunda impresión, México, D.F.1966,Pág.30-35, GAROFALO, Gene, *Guía práctica para ventas y marketing*, editorial Prentice-Hall, primera edición, México, 2000, Pág. 200- 250.

<sup>16</sup> LLAMAS, José María, *Estructura científica de la venta*, Editorial Limusa, Noriega editores S.A de C.V, México 1994 Pág.73

## **4.2 SEIS MOMENTOS PARA REALIZAR UNA VENTA**

**1. Exploración**

**2. Calificación**

**3. Descubrimiento de necesidades**

**4. Búsqueda de soluciones**

**5. Realización de presentaciones y propuestas**

**6. Cierre**

### **1. Exploración:**

Es la búsqueda de nuevos clientes, la cual tiene que ser continua. La exploración es hacer visitas, establecer contactos con alguien. Se recomienda que para hacer una exploración antes se debe de generar un perfil de posibles clientes.

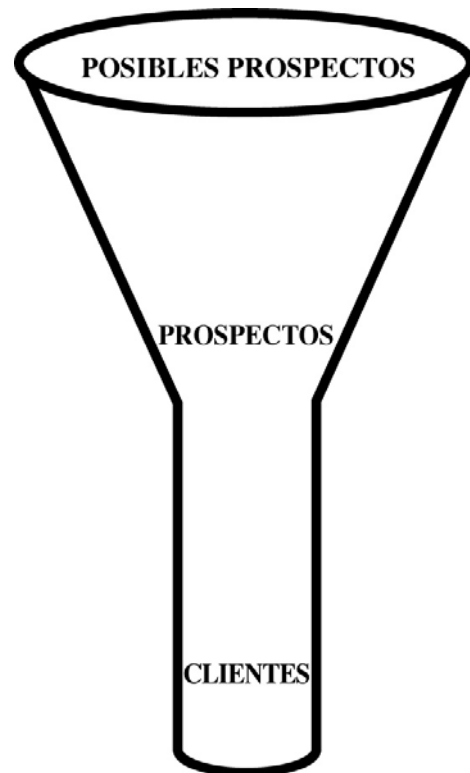
La exploración se hace en forma personal, por teléfono, por correo o mediante la publicidad.

*Una exploración que debería hacer la empresa La Tradicional de Salgado, es acudir con las personas que ofrecen banquetes para fiestas, venderles lo dulces y postres, para que los incluyan en los menús de sus eventos; acudir a empresas grandes como es Mabe, Gamesa, las cuales en época navideña hacen obsequios a sus trabajadores, aquí se puede utilizar la venta de las canastas que contienen diferentes dulces.*

*En todo momento se debe de buscar nuevos clientes, porque ninguna empresa sobrevive por mucho tiempo sin tener nuevos clientes que remplacen a los que se pierden.*

Podemos representar la exploración con:

“La teoría del embudo”<sup>17</sup> que consiste en alimentarse de los prospectos, estos entran por la boca del embudo en grandes cantidades y son pocos los clientes que se manifiestan por el otro extremo. La elección es que se tiene que alimentar en forma continua la parte superior del embudo.



“Figura 1 La Teoría del embudo ”

---

<sup>17</sup> GAROFALO, Gene. *Guía práctica para ventas y marketing*, editorial Prentice-Hall, primera edición, México, 2000, Pág. 200- 250.

## **2. Calificación:**

Es la etapa donde el vendedor determina si el prospecto tiene necesidad o deseo del producto o servicio los medios para comprarlo y la autoridad para tomar una decisión de compra.

## **3. Descubrimiento de necesidades:**

Los vendedores interrogan al prospecto para determinar si existe un uso posible para el producto, Sin un uso válido hay poca posibilidad de realizar la venta. El vendedor tiene que hacer preguntas para descubrir las necesidades de los prospectos.

## **4. Búsqueda de soluciones:**

Es cuando las preguntas revelan una necesidad o un problema, entonces el vendedor presenta una solución que proporciona el producto o servicio de la compañía.

## **5. Realización de presentaciones y propuestas:**

Las demostraciones del producto deben probar que es fácil de usar, realizar sus características y demostrar que soluciona los problemas del posible cliente.

## **6. Cierre:**

El cierre significa solicitar el pedido al posible cliente.

### **4.3 TAREAS DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS**

Las actividades del departamento de ventas tiene que responder a las necesidades de cada una de las empresas, las actividades más comunes que realiza el departamento son:

- Pronosticar las ventas.
- Contactar vendedores.
- Capacitar a los vendedores.
- Asignar territorios y establecer cuotas.
  
- Motivar a los vendedores.
- Dirigir las reuniones de ventas.
- Dirigir las ferias comerciales y las convenciones.
- Supervisar las actividades de la fuerza de ventas.
  
- Proporcionar a la alta dirección información confidencial de campo.
- Negociar contratos con grandes clientes.
- Establecer políticas de ventas.
- Controlar los gastos.
  
- Hacer sugerencias sobre los productos.
- Solucionar problemas (calmar a los clientes).
- Vincular a la alta dirección con la fuerza de ventas.
- Administrar el territorio.



## 4.4 COMO DEBE SER UN VENDEDOR

- **Características de un buen vendedor.**

Antes que nada la persona que se dedique a las ventas debe desarrollar una gran Autoestima.

- Poseer el don de la empatía.
- Ser tenaz en la consecución de sus objetivos.
- Ser trabajador organizado.
- Gozar de buena salud.
- Tener presencia agradable.
  
- Poseer un vocabulario selecto y gozar de facilidad de palabra.
- Ser leal a la empresa.
- Tener conciencia de la honradez.
- Ser creativo.
- Tener capacidad para retroalimentarse de pensamientos positivos.
  
- Poseer el don de la persuasión.
- Ser estable emocionalmente ( no se deje llevar por la situación).
- Ser entusiasta.
- Poseer una gran capacidad de amar.
- No discutir jamás
- Saber escuchar.

- **50 Ideas para un vendedor que quiere trabajar en equipo.**

01. Asumir la responsabilidad personal por la calidad.
02. Haga un compromiso para la mejora continua.
03. Cumpla sus compromisos.
04. Haga una lista diaria por hacer
05. Acepte la ayuda con amabilidad
06. Dirija cuando se necesite a un dirigente.
07. Defina que es excelencia.
08. Sea parte de una solución.
09. Reconozca sus errores.
10. Ponga su parte en el esfuerzo del grupo.
  
11. Aprenda a decir lo siento.
12. Aprenda algo nuevo cada día.
13. Logre tener cero defectos.
14. Hágase cargo del estado de ánimo.
15. Inspire confianza.
16. Ofrezca sugerencias.
17. Busque oportunidades en las perdidas y en los errores.
18. Acepte la revisión como prueba de que a alguien le importa.
19. Haga una revisión de usted mismo.
20. Conozca la misión de sus organización.

21. Conozca las metas de su grupo.
22. Indique y determine las reuniones del grupo.
23. Duros con los problemas y suave con la gente.
24. Prepárese para los tiempos de tempestad.
25. Ayude a su grupo para lograr el consenso para llegar a una unificación de ideas.
26. Aprecie la diversidad de su grupo.
27. Desarrolle un proceso eficaz para resolver problemas.
28. Celebre su éxito.
29. Haga preguntas abiertas.
30. Ayude con las tareas del grupo.
  
31. Comparta tanto ideas como problemas.
32. Use la insatisfacción creativa como motivador.
33. Ignore las quejas.
34. Escuche con respeto a los miembros del grupo.
35. Establezca empatía con los otros miembros del grupo.
36. Practique el dicho: **Dicen más las acciones que las palabras.**
37. De al menos otra solución a los problemas.
38. Defina el termino de clientes.
39. Comparta su experiencia.
40. Utilice su juicio.
  
41. Defina entre su trabajo y su deber.
42. Desarrolle relaciones amistosas.
43. Todo el mundo es un cliente.
44. Ayude cuando el tiempo apremie.

45. Escuche activamente a su cliente.
46. Utilice los nombres de sus clientes.
47. Ofrézcase hacer la tarea.
48. Recompense a los clientes.
49. Aproveche al máximo sus contactos telefónicos.
50. Cumpla su promesa.

## **4.5 EL VENDEDOR**

Se le conoce como vendedor a toda persona que se dedica a la profesión de las ventas. Anteriormente este oficio no requería de mucha formación, pero a medida que se ha ido complicando y acelerando la economía en todas partes, se ha ido dificultando y refinando la labor del vendedor, hasta crear los departamentos de ventas, las organizaciones y los consultorios especializados.

Para la realización del trabajo de vendedor, la persona, deberá dedicar cuando menos 8 horas normales de trabajo. Además debe de planear como puede disminuir el tiempo en los traslados, ya sea agrupar por cuadras, por zonas, o por región. Se debe de buscar la manera de obtener, el mayor rendimiento y productividad con el mínimo esfuerzo.

### En lo que el vendedor emplea su tiempo:

Tiempo dedicado a localizar prospectos nuevos.	1%
Tiempo esperado a ser recibido por el prospecto.	5%
Tiempo de traslado, entre visitas.	37%
Tiempo real, dedicado a vender.	17%
Tiempo dedicado a otras actividades relacionadas con las ventas (informes, reportes, hacer citas, etc.)	27%
Conversaciones no directamente relacionadas con ventas.	11%
Tiempo ocioso del vendedor.	2%

Para poder lograr el mayor aprovechamiento del tiempo y el ahorro de trabajo es necesario, conocer que tipo de transporte se puede utilizar para que el producto llegue a su destino, o por el contrario recurrir a agencias que facilitan este trabajo.

*En el caso de la empresa La Tradicional de Salgado, se utiliza un automóvil para traslados regionales y en caso de que se haga un pedido de otro Estado se contratan los servicios de agencias como: Estafeta, Actsa, DHL.*

## 4.5.1 EL VENDEDOR EN TERRITORIOS

- **Planeación de rutas**

Para poder analizar y cubrir cada ruta es necesario que el vendedor divida su ruta por:

**Agrupación por zonas.**

**Trabajo por orden de importancia.**

**Trabajo por horario.**

**Peinado de zona.**

- **Agrupación por zonas.**

El vendedor divide el territorio que tiene que cubrir en zonas de trabajo, si algún día no puede terminar la zona se quedará inconclusa para la siguiente ocasión que le toque asistir.

- **Trabajo por orden de importancia.**

El vendedor debe aplicar un criterio selectivo a la preparación de listas de visitas, además deberá asignar las mejores horas del día a las visitas más prometedoras, deberá planear el número de visitas suficientes para asegurar en lo posible la meta semanal.

El vendedor debe de procurar hacer el recorrido más directo que sea factible, para evitar perder tiempo en caso de que falle alguna entrevista con algún nuevo prospecto es necesario tener actividades secundarias y por último el vendedor debe de informarse si los clientes se van de vacaciones, viajarán determinados días o no se encontrarán.

- **Trabajo por horario.**

Los vendedores ya saben a que hora pueden encontrar a las personas, este tipo de plan requiere un mayor recorrido y esfuerzo, pero elimina las demoras por espera o tener que regresar por si no están.

- **Peinado de zona.**

Es cuando acuden a una zona y ahí acuden a todos los lugares que visitan para entregarles mercancía.

Para poder controlar mejor las ventas existen dos alternativas:

1. La realización de juntas de ventas, esto con la finalidad de recibir retroalimentación del personal, para saber que es lo que está haciendo y como van las ventas, se recomienda hacer por lo menos una junta por semana.
2. Las ventas deben de estar muy bien organizadas es por esto que se recomienda hacer un registro para tener un control, este

tipo de registro nos ayudará a obtener las cifras de ventas de los últimos años, se anota el porcentaje de aumento o disminución, nos ayudará a preparar graficas comparando la cantidad de ventas logradas en cada mes, esto nos dirá en que meses el producto no se está vendiendo.

En el ANEXO 6 se presentará la forma para el control de los prospectos y otro para hacer un reporte de trabajo, estás sirven para hacer un archivo de ventas, que en los próximos años dirá cuanto ha crecido la empresa.

#### **4.5.2 MEDIOS PARA PREPARAR AL VENDEDOR EN UNA EMPRESA PEQUEÑA**

Las empresas pequeñas no pueden invertir mucho en la capacitación de sus empleados de ventas es por esto que se les recomienda que aprovechen los cursos que ofrecen grupos especializados de ventas.

- Una alternativa es suscribirse a publicaciones y boletines de ventas, en donde se ofrecen consejos y sugerencias prácticas sobre ventas.
- Mandar a sus empleados a cursos de ventas, que se ofrecen en las universidades.



- Acudir a las librerías y comprar libros que hablen sobre ventas y capacitación de ventas.
- Otro es que un gerente de ventas de una compañía desempeñara el papel de instructor y asignar el material de lectura a cada persona en el equipo de ventas, todo esto con la finalidad de obtener personal de ventas más capacitado.

#### **4.6 COMO MANTENER CONTENTO AL CLIENTE**

**Primero:** Hay que hacer visitas frecuentes, estas visitas se tienen que hacer en persona. El hacer llamadas telefónicas para solicitar un pedido es una invitación a irse con la competencia.

- A qui entraría la propuesta de llevar el producto de casa en casa para que el cliente lo pueda adquirir sin ninguna molestia de traslado, de tráfico o de más.

**Segundo:** Ayudar al cliente a hacer el mejor uso del producto de la compañía, y cuando haya innovaciones platicarlo.

**Tercero:** Deben de ser los defensores del cliente dentro de sus propias compañías. Cuando hay discusiones, deben explicar el punto de vista del cliente, deben de solucionar reclamaciones por garantías, bienes dañados, empaques perdidos, devoluciones, etc.

**Cuarto:** Aprender el negocio del cliente, es conocer sobre el giro del cliente y sus métodos.

**Quinto:** Ser sinceros en relación a cualquier problema, es cuando el vendedor sabe algo de un producto que quiere comprar el cliente debe de informárselo.

**Sexto:** Dar seguimiento a los pedidos, a las entregas, al desempeño del producto, a la satisfacción del cliente y a los requisitos futuros.



Punto de venta de la empresa La Tradicional de Salgado

- **Motivación para el vendedor**

Para motivar a los vendedores se puede dar una buena remuneración, capacitación continua, estímulo y respaldo además darles las herramientas y la confianza necesaria para que realice su trabajo con efectividad.

En algunas empresas utilizan las primas (Cantidad adicional del sueldo) y la comisión que se otorga cuando el vendedor llega a la cifra de ventas fijada por la compañía o la sobrepasa para motivar a los vendedores.

#### **4.7 PASOS PARA VENDER EN UNA TIENDA**

**Introducción**

**Exposición**

**Demostración**

**Cierre**

**Servicio**

**Cobro**

**Una venta repetitiva**

**Revisión de inventarios**

**Visita o llamada de cortesía.**

## **Venta de un producto adicional.**

- **Introducción.**

Este es el momento más importante por lo tanto debe de aprender dos o tres formas distintas para abordar al cliente.

**Ejemplo:** Buenos días, bienvenida a nuestra tienda *La Tradicional de Salgado*, soy Erika y estoy para atenderla.

- **Exposición.**

Este es cuando un grupo de personas visita la empresa para lo cual es necesario contar con un catálogo o con fotografías, en donde se puede ir explicando todo el proceso de producción y distribución.

- **Demostración.**

Consiste en mostrar el producto físicamente al cliente, explicándole todas las ventajas, cualidades, sabores, tamaño y precio, se le ofrece al cliente una degustación del producto, para que lo pruebe y se convenza.

- **Cierre.**

Es cuando el cliente está convencido del producto, se le invita a pasar a la caja para cerrar la venta, o se le puede hacer un comentario como por ejemplo: está muy rico, y decir que otros dulces tienen.

“Recuerde es darle a escoger al cliente entre algo y algo, no entre algo y nada.”<sup>18</sup>

**Ejemplo:** Prefiere una cajeta envinada o una natural.

- **Servicio.**

Es la atención que el vendedor debe de tener con el cliente, mostrarle los productos, darle el precio, decir la variedad de sabores, los tamaños, esto hasta que el cliente quede satisfecho y haga la compra.

- **Cobro.**

Cuando el cliente decide comprar el producto aquí se termina el proceso de venta.

- **Venta repetitiva.**

Si hicimos una buena venta la persona regresará y comprará más productos. Cuando una persona está satisfecha del producto recomienda la tienda como la mejor, a sus conocidos, y aquí no hemos ganado únicamente que regrese nuestro cliente, sino que nos ha recomendado y hemos ganado más clientes.

- **Revisión de inventarios.**

Cuando el cliente nos visita constantemente le debemos de ofrecer los nuevos productos que acaban de llegar y darle una degustación para que los pruebe.

---

<sup>18</sup> información del manual del **Centro de Desarrollo Personal y Empresarial S. A. de C. V.**, Av. Niños Héroes No. 2804 Int.1 Guadalajara Jalisco, Pág. 13.

- **Visita o llamada de cortesía.**

Se recomienda hacer una llamada o enviarle a nuestros clientes una tarjeta o una pequeña carta agradeciendo su compra y recordarle que estamos a sus ordenes para atenderlos en un futuro.

- **Venta de un producto adicional.**

Es una estrategia que debe aplicarse en cada venta que se haga, para que el cliente se lleve un producto adicional.

**Ejemplo:** Si el cliente quiere natillas, decirle mire también tenemos estos jamoncillos y están igual de ricos.

#### **4.8 COMO VENDER SUS PRODUCTOS EN UNA CADENA DE TIENDAS, EN EL CASO DE (COMERCIAL MEXICANA)\***



Crestomatía

Para que la cajeta de Celaya se posicione en el país es necesario contar con una buena distribución de producto, y que mejor que ingresar a una tienda de auto servicio ya sea Comercial Mexicana, Gigante, Soriana, Aurrera, entre otras.

---

\* Entrevista proporcionada por la C. P. Diana Alarcón Guadarrama, de la empresa Productos Dolche del Bajío, S. A de C. V.

La ciudad de Celaya cuenta con estas empresas pero lamentablemente ninguna empresa cajetera ha entrado a estas cadenas de autoservicio.

Para poder ingresar a alguna tienda de autoservicio se tiene que informar como se conduce cada una de ellas, ya sea por medio del Internet o por parte el encargado de ventas, en el caso de internet podemos encontrar varios formatos que las empresas interesadas, tiene que llenar para poder clasificar el producto. (este formato se puede ver en el ANEXO 7 de esta tesis).

Nos enfocaremos en la empresa **Comercial Mexicana**, para poder entrar a esta cadena es necesario contactar aquí en la ciudad de Celaya al Gerente José Antonio Martínez Martínez quien les informará y les dará la dirección de las instalaciones de la ciudad de México, este es el único lugar en el cual se puede acudir para poder ingresar, a esta cita deben de llevar muestras del producto, los cuales ellos, los analizarán y mandarán muestras al laboratorio.

Si les convence el producto mandarán llamar a la empresa, para determinar cantidad de productos, el precio y el lugar que se le dará en los stand de cada tienda; como se informó no se cuenta con un contrato escrito todo es de palabra, pero en caso de que la empresa interesada no proporcione el producto a tiempo y la cantidad acordada se les cobra una multa a base de producto,

las ganancias de los productos vendidos es únicamente para la empresa quien lo realiza.



#### Crestomatía

El producto se tiene que entregar el día acordado, en una bodega que esta ubicada en Calz. Vallejo 980 Col. Industrial Vallejo, México. D.F., en donde los encargados harán llegar este producto a cada una de las tiendas, cuando **Comercial Mexicana** pide exclusividad el producto no se puede vender en ninguna otra tienda de auto servicio, después de aproximadamente 2 años o hasta deshacer el contrato.

La forma de pago es por medio de cheque y va dirigido a la empresa correspondiente, en caso de que no se venda el producto se regresa, porque se cuida mucho la calidad del producto y no quieren mercancía vieja en los stand.



#### **4.9 ALTERNATIVAS PARA UN MEJOR DESEMPEÑO EN LAS VENTAS.**

- Una de las propuestas de ventas que se recomiendan es dividir primero la ciudad de Celaya por zonas saber en cuales colonias se puede vender la cajeta y acudir un mes por las calles de determinada área, tocando de puerta en puerta para que adquieran los productos y los conozcan.

Para llevar a cabo esta propuesta se requiere un carro, tres personas (una para que lo maneje, dos para vender el producto uno por la acera derecha y el otro por la acera izquierda), llevar producto suficiente para poder venderlo e iniciar con una promoción del 2 x 1, para que la venta se haga más atractiva, y se pueda adquirir los productos, además se capacitaría a las personas con un pequeño curso de ventas para que sepan como tratar a los clientes y sobre todo darle la información necesaria sobre el producto y la empresa.

- Lo que se recomienda es que lleven acabo una estrategia en donde se reconozca a los clientes, por medio de un carnet llamado **Nuestro cliente de Tradición**, el cual se les puede otorgar a las personas que consuman más de 1000 pesos o que visite la tienda tres veces al mes.

**El objetivo** de esta alternativa lo que se pretende es generar clientes contentos y fidelidad por parte de ellos hacia la empresa.

Las ventajas de manejar esta tarjeta es que la empresa puede crear una base de datos de los clientes recientes, cuanto consume y cada cuando lo hace, esto por medio del programa Excel se capturaran los siguientes datos de la persona:

- Fecha de inicio
- Nombre de la empresa o persona
- Ocupación
  
- Ciudad
- Domicilio
- Teléfono
  
- e-mail
- Representante
- Forma de pago

**Reglamentación** para hacer acreedor del carnet cliente de Tradición.

1. Hacer el contacto con esta persona y entregarle su carnet.

## 2. Dar seguimiento vía teléfono, vía promoción o contacto directo.

La ventaja que tienen los clientes al obtener esta tarjeta es descuentos durante todo el año, participación en promociones en fechas importantes como en época Navideña, Año nuevo, el día de las madres.

Para la realización de este proyecto es necesario asignar a una persona para que realice este proyecto, sus obligaciones serán informarle a cada cliente de las promociones que se manejan, obtener todos los datos, saber que dulces prefiere y cuál es su forma de pago, e incluso donde trabaja o el horario en que la puede encontrar.

### FRENTE

CARNET CLIENTE TRADICIONAL

Fotografía	Nombre de la empresa _____
	Nombre del representante _____
Domicilio _____	
Correo electronico _____	Telefono _____

### REVERSO

CARNET CLIENTE TRADICIONAL

Número de control	Imagoripo de la empresa
Firma del presidente dueño de la empresa cajetera	

Propuesta de Carnet cliente tradicional

# **CAPÍTULO 5**

**5.1 Ampliar línea de productos**

**5.2 Proporciones**

**5.3 Gama cromática**

**5.4 Tipografía primaria y secundaria**

**5.5 Aplicaciones y uso**

**5.6 La cajeterita**

**5.7 Empanada de cajeta**

**5.8 Galletas de cajeta**

**5.9 Los problemas de los nuevos productos**

**5.9.1 Cotización y materiales para la realización de los  
productos**

## 5.1 AMPLIAR LÍNEA DE PRODUCTOS

Una vez que hablamos de temas como: antecedentes históricos de la cajeta, intentos de apoyo al producto y estrategias de ventas; pasamos a hacer algunas sugerencias que tienen como propósito rescatar el mercado por parte de las empresas cajeteras.

A lo largo del tiempo la cajeta ha tenido cambios de presentación y un aumento en los sabores, como se mencionó en capítulos anteriores; más sin embargo, las empresas celayenses productoras de cajeta no lo han ampliado, ni han generado un cambio de sus productos, razón por la cual, el concepto cajeta se ha estancado como sinónimo de alimento o postre.

Como dice Munich Galindo en su libro Fundamentos de Administración:

“una compañía tiene que saber desarrollar nuevos productos, y también saber administrarlos frente a gustos, tecnologías y competencia, en constante cambio. Aparentemente, cualquier producto tiene un ciclo de vida, nace, pasa por diversas fases y a la larga muere cuando surgen otros que satisfacen mejor las necesidades de los consumidores”<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> MÜNCH,GALINDO y GARCIA MARTINEZ, "Fundamentos de Administración", editorial Trillas, 5 edición, México,1990, Pág.280-285

De esta forma es como las empresas celayenses tienen el reto de buscar un rejuvenecimiento y adaptación de sus productos, actividad que en sí, la industria cajetera local poco ha realizado. En este capítulo mi propuesta se justifica por el intento de desarrollo de nuevos productos que le den una aplicación y concepción diferente a lo que hoy en día se entiende por cajeta.

A manera de propuesta he generado una marca distintiva de la cajeta, basada en una chivita que se dedica a hacer golosinas. En este punto radica lo primordial de mi ensayo, es decir, lo que se pretende es generar una marca que denote un conjunto de productos que cambien la forma de comer cajeta e integrarla al mercado, no como un alimento o postre, sino como una golosina o caramelo.



Imagotipo sin color, propuesto de nuestra marca.

Por esta razón se pensó en un imagotipo en el cual una chivita estuviera preparando cajeta en un cazo y una fogata; nuestro personaje se distingue como alegre y sonriente, con un mandil blanco, mirando hacia el frente, con los brazos abiertos como invitando a degustar el producto que acaba de terminar y con su tradicional pala en la mano izquierda.

Algunos de los valores que se quieren evocar con esta imagen son:

Alegría

Buen gusto

Trabajo

Niñez y juventud

Limpieza

Novedad

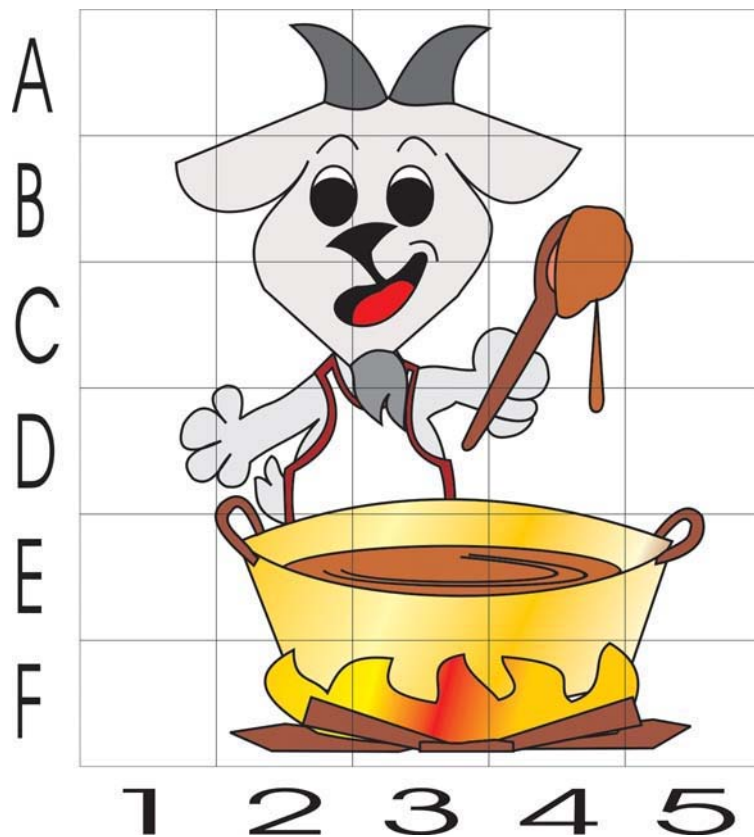


Imagotipo propuesto de nuestra marca

## 5.2 PROPORCIONES

Para poder utilizar de una mejor manera nuestra chivita es necesario indicar las proporciones que está tendrá en cada uno de nuestros productos.

Los trazos de nuestra chiva se pondrán en escala cuadro a cuadro, tomando como referencia las horizontales: 1,2,3,4 y 5, además, se integra con referentes verticales: A, B, C, D, E Y F. esto como siguiente la imagen que a continuación se presente.





### 5.3 GAMA CROMÁTICA

A continuación se mostrarán los colores que le dieron vida a nuestra marca y el por qué de los colores que utilizamos, yéndonos a la psicología de cada uno de ellos y sus claves en **Pantone** y combinación, ya que son códigos de colores internacionalmente conocidos por las imprentas y sirve para que al indicar un color, este se produzca en el tono exacto.

**Blanco:** Representa limpieza, inocencia, paz y alegría.

COMBINADO EN: C,M,Y,K		COMBINADO EN: R,G,B		PANTONE
C	0	R	250	Warm Gray 1 CVC
M	0	G	250	
Y	0	B	250	
K	0			

**Amarillo:** Grandeza, novedad, seguridad, alegría, te invita a comer, juventud y ternura.

COMBINADO EN: C,M,Y,K		COMBINADO EN: R,G,B		PANTONE
C	0	R	248	Yellow 012 CVC
M	20	G	196	
Y	100	B	0	
K	0			

**Café:** Seriedad y es el color propio de la cajeta.

COMBINADO EN: C,M,Y,K		COMBINADO EN: R,G,B		PANTONE
C	0	R	183	Pantone 167 CVC
M	60	G	104	
Y	80	B	62	
K	20			

**Rojo:** Insita a comer, representa amor al producirlo y hacerlo.

COMBINADO EN: C,M,Y,K		COMBINADO EN: R,G,B		PANTONE
C	0	R	218	1788 CVC 2x
M	100	G	37	
Y	100	B	29	
K	0			

**Negro:** Seriedad, seguridad, formalidad y atención, su función en la imagen es destacar y sobresaltar los gestos y bordes.

COMBINADO EN: C,M,Y,K		COMBINADO EN: R,G,B		PANTONE
C	0	R	96	Cool Gray 10 CVC
M	0	G	94	
Y	0	B	93	
K	70			

**Gris:** Se utiliza este color para hacerlo distinto a los fondos en los que posiblemente se puede perder el color blanco, el negro o café. Representa el buen gusto.

COMBINADO EN: C,M,Y,K		COMBINADO EN: R,G,B		PANTONE
C	6	R	235	Pantone 434 CVC
M	6	G	231	
Y	5	B	232	
K	0			



Gama cromática

## 5.4 TIPOGRAFÍA PRIMARIA Y SECUNDARIA

La tipografía debe ser la autorizada, para utilizarse únicamente en los textos de los productos, por lo tanto no se podrá utilizar ningun otro tipo de letra en los empaques que la tipografía primaria o secundaria, es por esto que, para que nuestros productos tengan uniformidad se ha optado por utilizar en cada uno de sus nombre la tipografía Dauphing en mayúsculas y minúsculas que sería de la siguiente forma:

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ,**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ,**

**Abcdefghijklmnñopqrstuvyz,**

**Abcdefghijklmnñopqrstuvyz,**

**1234567890, .-!@#\$%^&/'()= =?&**

**Ejemplo:**

**LA CAJETERITA**

LA CAJETERITA

**La Cajeterita**

La Cajeterita

A parte de está tipografía, se propone una secundaria que servirá para presentar las indicaciones de cada uno de los productos, se escogió esté tipo de letra por la forma como está, muy redonda y entendible y por que es muy fácil de encontrar en cualquier imprenta; está tipografía denominada como secundaria será la Avangarde Bk Bt:

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ, ABCDEFGHIJKLMNÑ**  
OPQRSTUVWXYZ,  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz, abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**1234567890, .-i"□\$%&/(())= =?¿**

**Ejemplo:**

**EMPANADITAS DE CAJETA**

EMPANADITAS DE CAJETA

**Empanaditas de Cajeta**

Empanaditas de Cajeta

## 5.5 APLICACIONES Y USO

La marca tiene diversas reglas que nos ayudarán a su mejor manejo.

- 1.- Siempre se presentará la chivita con el cucharón derramando una gota de cajeta. Recordar que en algunos de los productos la chiva pierde el cazo y la fogata quedando todo lo que originalmente se presenta después de su cintura.
- 2.- Se podrá fondear y en las etiquetas de los productos donde se aplique.
- 3.- Por ningún motivo se escribirá o pondrán objetos encima de la chivita.

Una vez que se ha justificado el imagotipo, así como su forma de uso, podemos ahora hacer la descripción de los productos que portarán dicha marca en sus embalajes.

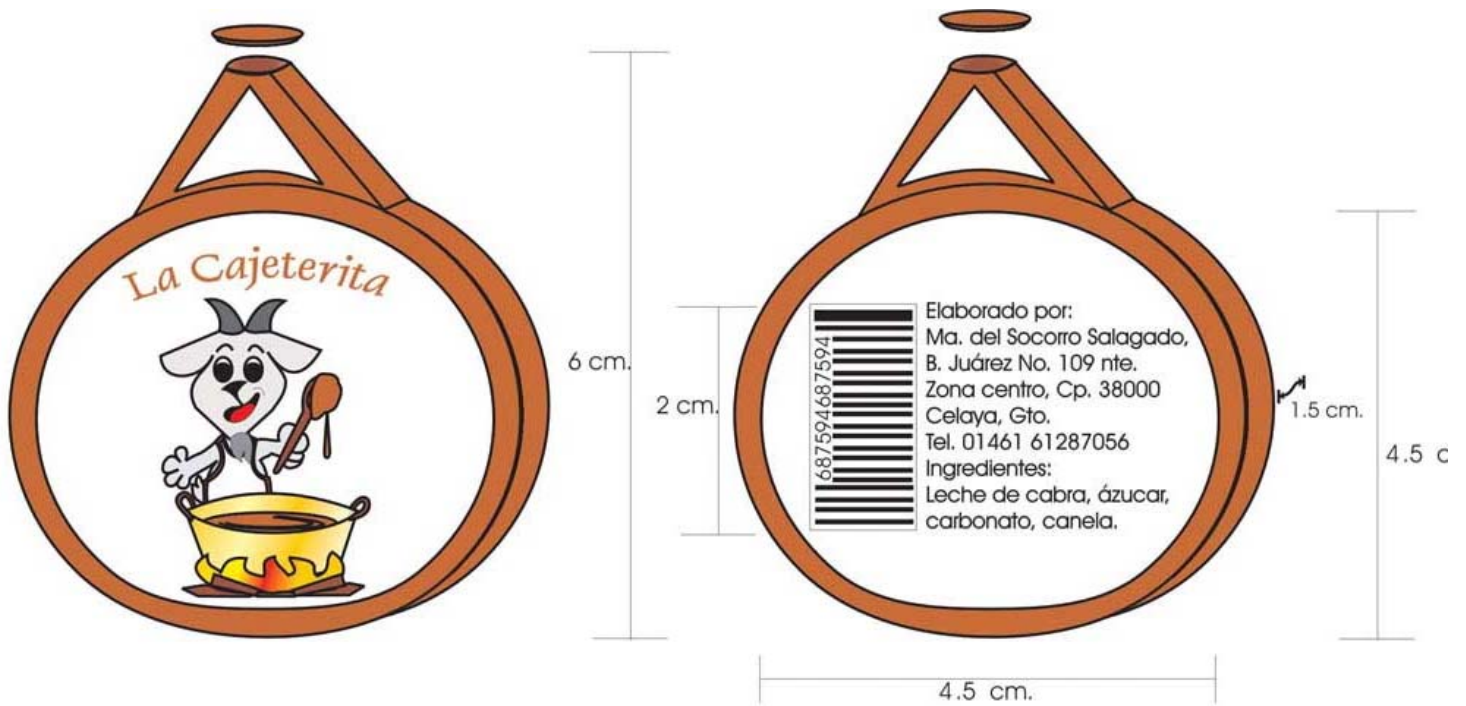
## 5.6 LA CAJETERITA

Como parte de una idea estratégica, en primer lugar, nos dirigiremos a un mercado que prácticamente no se ha tocado por la industria cajetera, los niños; pocas veces, por no decir que nunca, durante mi práctica profesional, llegué a ver que un niño comprara un envase de cajeta, sin embargo, con seguridad puedo afirmar que este producto es muy aceptado por los pequeños.

A fin de llegar al mercado de los infantes propongo que se genere un nuevo producto y una nueva presentación de la Cajeta, basada en el concepto golosina, es decir, que se olvide un poco la idea de que este producto sólo sirve de postre o alimento y pueda estar al alcance de los niños, tal y como si fueran a comprar un paquete de chicles.

Para dar un poco más de información sobre nuestra idea, procederemos a hacer una descripción del mismo y en una caricatura la presentaremos como un simulacro: Consiste en un envase de cajeta de plástico y de forma circular, disimulando lo que sería la bola del agua; mediría un aproximado de 6 centímetros de alto, teniendo como punta la boquilla que es de donde sale la cajeta y está sellada por un tapón que entrará a presión; de grueso flexible tendrá aproximadamente 1.5 centímetros y 4.5 centímetros de ancho;

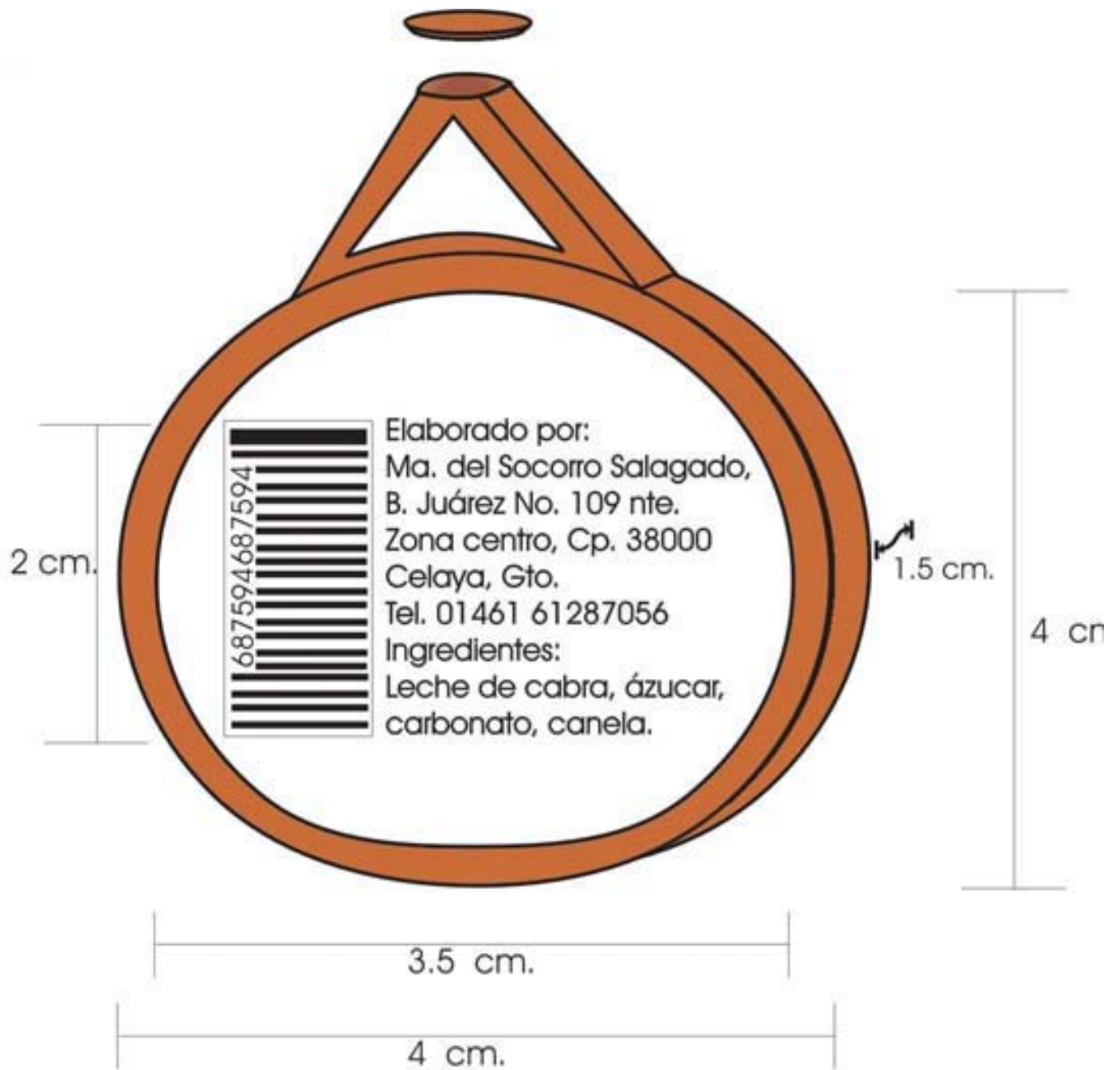
el producto contaría con el imagotipo de la marca en la parte del frente con el texto La Cajeterita, en letra Dauphin en curvada en un ángulo de 30 grados a una sola línea y en la parte trasera una etiqueta blanca con las especificaciones del producto y el código de barras.







Frente de la Cajeterita



Reverso de la Cajeterita

## **5.7 EMPANADITA DE CAJETA**

La cajeta se ha llegado a asociar con postres, cenas y los desayunos, pues se considera que esté es el momento más adecuado para degustarle; pero en la mayoría de las ocasiones este producto se consume acompañado de pan y cumple la función de aderezo, por esta razón se ha pensado en una empanada, que a decir verdad cumple con su función de novedad al ser un pan que normalmente es relleno de mermelada de fresa y de piña.

Este nuevo concepto de empanada con cajeta pretende atacar mercados juveniles, pues desde ahora, gracias a su envoltura de plástico lo podrán llevar sin el miedo de que se derrame en sus cosas.

Las Empanaditas de Cajeta pretenden atacar nuevos mercados, en especial a aquellos que no cuentan con el tiempo para ir a comprar cajeta a una tienda de distribución, desde ahora, ya pueden contar con un producto de buen sabor y sin necesidad de estar esperando el desayuno, la comida o la cena.

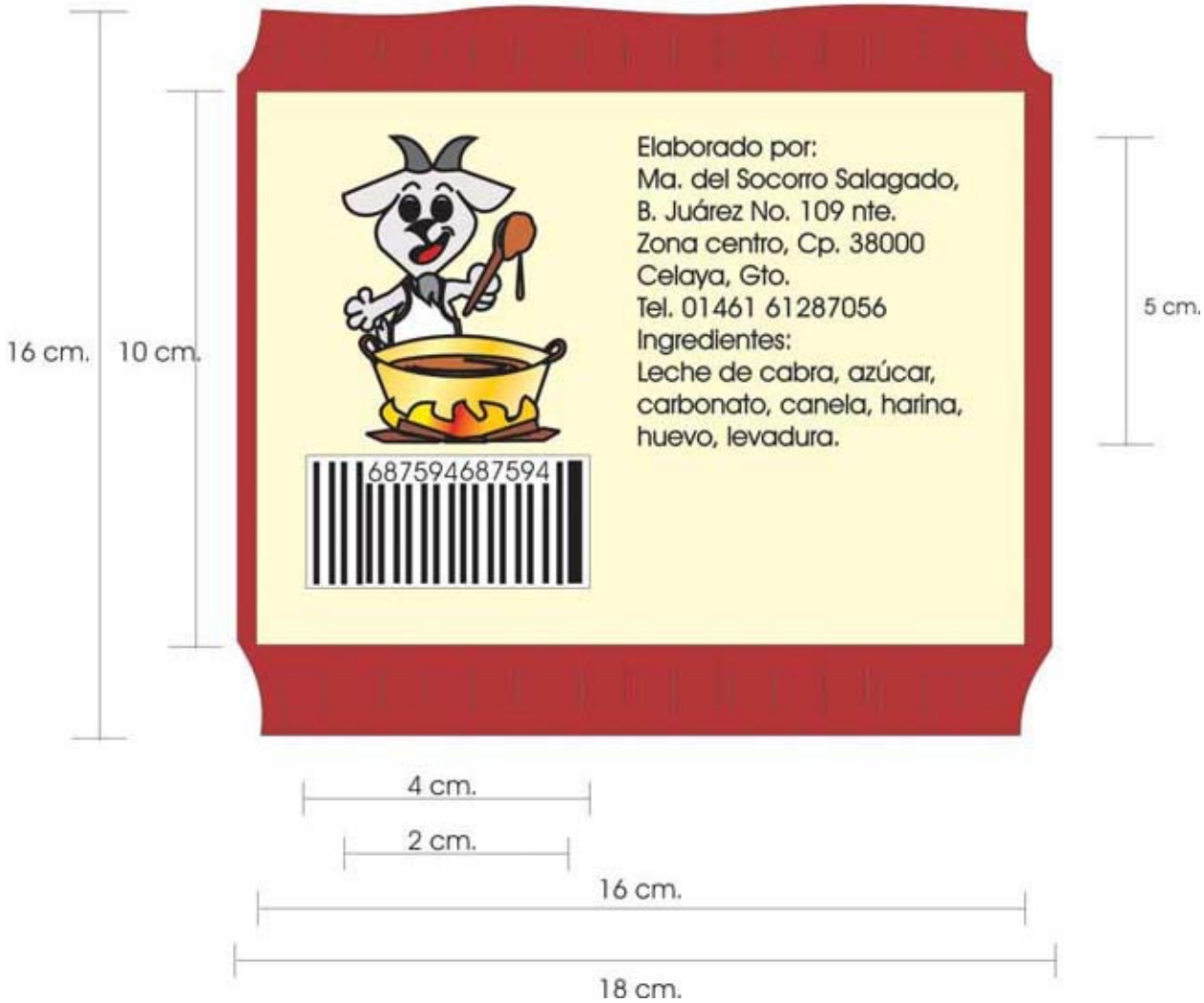
Nuestro producto se propone como una empanada rellena de cajeta y con un envoltorio de plástico de color rojo, flexible y fácil de abrir, que tendrá las siguientes medidas:

16 cm de alto por 18 de ancho. Su etiqueta será de amarillo claro que tendrá las siguientes dimensiones: 10 cm de alto por 16 de ancho, en la que en su parte frontal describe el nombre del producto en la parte derecha, con la tipografía primaria a número 20, de manera lineal y a tres renglones; en la parte central inferior están tres empanadas, dos completas y una mitad con cajeta escurriendo, justo en la parte de arriba de las empanadas se encuentra la chivita con su cucharón y la gota de cajeta, emulando que está rellenando las empanaditas de cajeta.



Parte frontal de las empanaditas de cajeta

En el reverso de la bolsa, vemos la marca genérica, los ingredientes, las características generales de la empresa productora y el código de barras. Cabe señalar que el ancho del código de barras y de la columna en donde se describen los ingredientes, será equivalente a 4 y 5 cm respectivamente.



Parte trasera de las Empanaditas de cajeta

## **5.8 GALLETAS DE CAJETA**

En las tiendas podemos encontrar galletas de diferentes sabores rellenas de muchos productos complementarios, pero no existe una galleta que contenga en sí cajeta, razón por la que se propone este producto, el cual estará en una envoltura rectangular en presentación de cuatro, organizadas en pares.

Por lo tanto la bolsa roja que las cubrirá será de 18 cm de alto por 9 cm de ancho y en su centro se imprimirá una etiqueta color amarillo claro que mide 14cm por 7 cm y el área proporcional que ocupa la chiva es de 4 centímetros que se complace en mostrar la galleta con cajeta. El nombre del producto está escrito en la tipografía primaria a 18 puntos y de manera recta y en tres renglones, además los textos están enmarcados por un círculo y un rectángulo de color mostaza.

Al reverso del producto encontramos la imagen de nuestra marca distintiva, las características de la empresa y de los ingredientes utilizados para su producción, así como el código de barras que en general tienen una anchura de 4 cm.



Parte delantera y trasera de las galletas de cajeta

## 5.9 LOS PROBLEMAS DE LOS NUEVOS PRODUCTOS

“Por nuevos productos entendemos productos originales, productos perfeccionados, productos modificados y marcas nuevas desarrolladas por el departamento de investigación y desarrollo de la propia compañía”<sup>20</sup>.

La implicación de Nuevos Productos, puede traer muchos riesgos, así que las empresas se enfrentan aun problema, desarrollar nuevos productos aunque las probabilidades de éxito sean pocas.

Lo único que intentamos con éstas propuestas es recuperar un mercado que se ha perdido dejándolo a un lado, no sabiendo que esté mercado serán los adultos del mañana, quienes pueden ser los principales consumidores, por esto la preocupación por crear un producto para los más pequeños de la casa, que desde pequeños conozcan nuestras raíces de la cajeta tan rica que se produce en nuestra Ciudad.

---

<sup>20</sup> idem



### 5.9.1 COTIZACIÓN Y MATERIAL PARA LA REALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS.

La cotización que se está ofreciendo fue otorgado por la empresa SOLUCIONES INTEGRALES EN PROMOCION S.A. DE C.V.

El material del los empaques de las empanadas y de las galletas, se llama Polipropileno y hay diferentes tipos, sencillo, metalizado, laminado o Película de Poliéster, esté material se imprime en rollo en una rotativa y se cotiza por kg. para una producción mínima como la que se necesita sería aproximadamente 50 kg.

La charola de las empanadas es en pvc de calibre 10 (es el que regularmente se utiliza) y por una cantidad mínima (1,000) el costo por charola sería de **\$1.50.00** pesos.



La bolsa de polipropileno para las empanadas ya impresa sería de \$ 2.75.00 pero todavía falta el acondicionamiento del producto que sería poner las empanadas en la charola, meterlas en la bolsa y sellar la bolsa que sería de \$ 1.75 así que nos dá un costo de **\$ 6.00** pesos, por pieza.

Para las galletas es el mismo proceso, pero sin charola que sería de la siguiente forma: bolsa para galletas en polipropileno impreso a 4x o medida final de 18 x 9 \$2.75 acondicionamiento de las galletas y termo sellado \$ 1.75 costo total del empaque **\$ 4.50** pesos, por pieza.



Estos precios son sin IVA, la forma de cotizar que maneja la empresa Soluciones Integrales en Promoción S. A. de C.V. es tomando un mínimo de 1,000 piezas para comenzar hacer la producción, si fuera una cantidad más alta, el costo de producción bajaría notablemente.

# CONCLUSIÓN

A través de los años la cajeta ha sido el sustento de varias familias de la ciudad de Celaya, ha trascendido por varios lugares de la República, pero ninguna empresa cajetera de esta ciudad ha invertido un poco de las ganancias para poder llegar a otros Estados, ni mucho menos se ha invertido en realizar experimentos para poder obtener otros productos que contengan cajeta, o embalajes que puedan facilitar y dar comodidad a los consumidores, es por esto que otras compañías dedicadas al mismo rubro invierten poco, pero las ganancias son muchas y esto se refleja en que encontramos sus productos en cualquier tienda, con una presentación agradable sin temor a que se quebré el envase, que hasta los niños sin la supervisión de un adulto la pueden utilizar.

La cajeta es un dulce que se presta para poder crear una infinidad de productos que contengan este confite desde pasteles, gelatinas hasta helados de cajeta, o por el lado de los dulces creando chocolates con relleno de cajeta, e incluso crear productos que revolucionen la forma tradicional de utilizar la cajeta, creando una pastilla con esencia a cajeta que se pueda poner al café e incluso con esta pastilla para los niños ponerle a la leche, esto no es imposible si las empresas contarán con

estrategias a largo plazo e incluso contarán con un departamento de investigación para adelantarse a la competencia sacando productos más innovadores.

El mercado de los niños es un gran negocio sabiéndolo explotar, solamente se requiere de un personaje que les llame la atención para que se identifiquen con él, crear dos o tres productos que vayan enfocados a ellos y por supuesto utilizar los medios de comunicación que lleguen a los pequeños.

Si se les toma en cuenta a los niños desde pequeños esta tradición de la cajeta no se perderá y las empresas no se preocuparían de que la cajeta en algún momento pueda desaparecer, en nuestros días hay una gran cantidad de dulces que existen en el mercado, con sabor que en tiempos atrás no se conocían como ejemplo: citamos el chamoy en los dulces ha tenido una gran aceptación por parte de los niños y de los no tan niños.

Se debe de innovar pero sin quitar la esencia de lo que es la cajeta, para que este producto pueda llegar a otras generaciones.



**UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE**



**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
CLAVE 8793**

**”RESCATE DEL POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO DE  
LA CAJETA EN LA CIUDAD DE CELAYA: CASO LA  
TRADICIONAL DE SALGADO”**

**TESIS**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:**

**ALMA ROSA BELMONTES BARRERA**

**ASESOR:**

**LIC. JORGE DE LA ROCHA LEDEZMA**

**CELAYA, GUANAJUATO, 2005**

# DEDICATORIA

Hago un agradecimiento muy especial a Dios y a mis padres por haberme dejado cumplir este sueño que hoy se convierte en una realidad, sin su apoyo y esfuerzo no hubiera sido posible, a mis queridos hermanos Juan y Reina gracias por estar siempre conmigo.

A mi Universidad Lasallista Benavente por abrirme las puertas de sus aulas y con mucho respeto a nuestro rector Lic. Héctor Aguilar, gracias por recordarme que todo en esta vida se debe de hacer con calidad, con mucho cariño al Licenciado Jorge de la Rocha gracias por que más que el director, el maestro, el asesor, fue para mi un amigo, un padre que corrige y felicita a un hijo cuando es necesario.

A mis maestros, compañeros y amigos a todos ellos, saben que ocupan un lugar importante en mi corazón, gracias por creer en mi, por hacer de mi lo que soy, por estar a mi lado por existir en mi tiempo y permitirme entrar en el suyo.

*Termina el aroma sublime de una rosa  
Termina también el fulgor de una  
Estrella que una vez brillo airosa  
Y el perfume sutil que te besa la  
Mano, o el amor que nació en la  
Noche más bella de este año.*



# ANEXOS

NORMA Oficial Mexicana NOM-132-SCFI-1998, Talavera-Especificacion

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Mexicanos.- Secretar a de Comercio y Fomento Industrial.- Direcci n de Normas.- Direcci n de Normalizaci n.- Subdirecci n de Normalizaci n  
NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-132-SCFI-1998, TALAVERA-ESPECIFICACIONES.

La Secretar a de Comercio y Fomento Industrial, por conducto de la Direcci n General de Normas, con fundamento en los art culos 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000

CONSIDERANDO

Que con fecha 11 de septiembre de 1997 se publico en el Diario Oficial de la Federaci n la Declaratoria General de Protecci n de la Denominaci n de Origen Talavera, la cual establece como regi n geogr fica la zona de Talavera de Puebla, que comprende los distritos judiciales de Cholula, Puebla y Tecali, todos ellos dentro de los l mites del Estado de Puebla;

Que es responsabilidad del Gobierno Federal establecer las medidas de apoyo que sean necesarias para garantizar que los productos que se denominen de origen se apeguen a los referentes establecidos en la Norma Oficial Mexicana correspondiente y, de esa manera, garanticen el bienestar de los consumidores, tanto en el mercado nacional como en el extranjero;

Que aunado a lo anterior, es preciso proporcionar a los sectores involucrados en la producci n y comercializaci n de Talavera, las medidas necesarias para controlar la calidad del producto que elaboran o comercializan;

Que habi ndose cumplido el procedimiento establecido en la Ley Federal sobre Metrolog a y Normalizaci n para la elaboraci n de proyectos de normas oficiales mexicanas, la Presidenta del Comit Consultivo Nacional de Normalizaci n de Seguridad al Usuario, Informaci n Comercial y Industrial del Comercio ordeno la publicaci n del Proyecto de Norma Oficial Mexicana NOM-132-SCFI-1998, Talavera-Especificaciones, lo que se dio a conocer en el Diario Oficial de la Federaci n el 27 de marzo de 1998, con objeto de que los interesados presentaran sus comentarios al citado Comit Consultivo en el periodo de 60 d as;

Que durante el plazo de 60 d as naturales, contados a partir de la publicaci n de dicho proyecto de norma oficial mexicana, la Manifiestaci n de Impacto Regulatorio a la que se refiere el art culo 45 de la Ley Federal sobre Metrolog a y Normalizaci n, estuvo a disposici n del p blico para que dentro del mismo plazo, los interesados presentaron sus comentarios;

proyecto de norma, los cuales fueron analizados por el citado comite realizándose las modificaciones procedentes;

Que transcurrido el plazo señalado y habiéndose discutido los recibidos, con fecha 10 de septiembre del presente año, el Comité Nacional de Normalización de Seguridad al Usuario, Información Prácticas de Comercio, aprobó por unanimidad la norma referida;

Que la Ley Federal sobre Metrología y Normalización establece normas oficiales mexicanas se constituyen como el instrumento idóneo para la prosecución de estos objetivos, se expide la siguiente Norma Oficial NOM-132-SCFI-1998, Talavera-Especificaciones.

En virtud de todo lo anterior, esta Norma Oficial Mexicana entrará en vigor a partir de la fecha en que sea publicada en el Diario Oficial de la Federación por el cual la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial por conducto de la Dirección General de Normas, dará el reconocimiento de acreditamiento del organismo de evaluación de la conformidad del objeto de esta Norma. En todo caso, dicho organismo deberá emitir la certificación del producto elaborado en la región geográfica señalada en la Declaratoria General de Protección a la Denominación de Origen vigente.

México, D.F., a 11 de noviembre de 1998.- La Directora General Carmen Quintanilla Madero.- Rubrica.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-132-SCFI-1998, TALAVERA-  
ESPECIFICACIONES

PREFACIO

En la elaboración de la presente Norma Oficial Mexicana participaron las siguientes empresas e instituciones:

- ANSAR TALAVERA.
  - ASOCIACION MEXICANA DE ESTUDIOS PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR, A.C.
  - BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA.
  - CAMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MEXICO.
  - CASA PADIERNA.
  - COMISION DEL PATRIMONIO EDIFICADO DEL ESTADO DE PUEBLA.
  - COMITE CONSULTIVO PARA LA DENOMINACION DE ORIGEN TALAVERA.
  - FONDO DE FOMENTO INDUSTRIAL DEL ESTADO DE PUEBLA Y PROMOTORA DE PUEBLA.
  - INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.
  - LA CONCEPCION.
  - LA TRINIDAD, S.A.
  - LOZA BLANCA Y AZULEJOS DE PUEBLA, S.A. ~~CDV~~.
  - SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL.
- Dirección General de Normas.

- SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE PUEBLA.
- SECRETARIA DE GOBERNACION DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE PUEBLA.
- SECRETARIA DE SALUD.
  - Direcci n General de Calidad Sanitaria de Bienes y Servicios.
  - Direcci n General de Salud Ambiental.
- SOCIEDAD MEXICANA DE CERAMICA, ZONA PUEBLA - TLAXCALA, A.C.
- TALAVERA ALONSO LUIS.
- TALAVERA CELIA.
- TALAVERA CESAR TORRES.
- TALAVERA PEDRO TECAYEHUATL.
- URIARTE TALAVERA, S.A. DE C.V.

#### 0. Introducci n

Esta Norma Oficial Mexicana se refiere a la Denominaci n ( Talavera, cuya titularidad corresponde al Estado mexicano en t Ley de la Propiedad Industrial.

La emisi n de esta Norma Oficial Mexicana es necesaria de confo el resolutivo segundo de la Declaratoria General de Prote Denominaci n de Origen Talavera , publicada en el Diario Ofi Federaci nel 11 de septiembre de 1997 y con la fracci n XV del ar la Ley Federal sobre Metrolog a y Normalizaci n.

#### 1. Objetivo

Esta Norma Oficial Mexicana establece las especificaciones cumplir la cer mica denominada Talavera .

#### 2. Campo de aplicaci n

Esta Norma Oficial Mexicana se aplica a la cer mica elaborada d proceso que m s adelante se detalla, con barros extra dos c geogr fica comprendida en la Declaratoria General de Prote Denominaci n de Origen Talavera , publicada en el Diario Ofi Federaci nel 11 de septiembre de 1997. Se aplica a cualquier obj cer mica, ya sea para uso como contenedor de alimentos y beb recreativo o decorativo.

#### 3. Referencias

Esta Norma se complementa con las siguientes normas oficiales y normas mexicanas vigentes o las que las sustituyan:

- NOM-009-SSA1-1993 Salud ambiental-Cer mica vidriada-M todos prueba para la determinaci n de plomo y ca soluble, publicada en el Diario Oficial de la Fe el 15 de noviembre de 1994.

NOM-010-SSA1- 1993Salud ambiental-Art culos de cer mica vidr  
L mite de plomo y cadmio solubles, publicada  
Diario Oficial de la Federaci15nde noviembre de  
1994.

NMX-Z-12/1,2,3-1987Muestreo para la inspecci n por atrib  
Declaratoria de vigencia publicadaDiario Oficial  
de la Federaci1 28 de octubre de 1987.

#### 4. Definiciones

Para efectos de esta Norma Oficial Mexicana se establecen las  
definiciones:

##### 4.1 Agua destilada

Agua libre de salesiones met licos.

##### 4.2 Anagrama

Signo o s mbolo gr fico representativo, cuya simple visualiza  
suficiente para identificar el otorgamiento de la autorizaci  
denominaci n de origen Talavera al productor, por parte del Ins  
de la Propiedad Industrial. Se representa con el siguiente s mbol

##### 4.3 Apariencia difusa

Que se extiende sobre el esmalte base no observ ndose l n  
definidas.

##### 4.4 Aspecto v treo

Formado en su mayor parte por fase amorfa (no cristalina).

##### 4.5 Barro en gre a

Barro en su estado natural, como se extrae de la mina.

##### 4.6 Cer mica

Material inorg nico no met lico que se produce por sinter  
materiales inorg nicos a altas temperaturas, cuyo principal com  
xido de silicio y otros silicatos complejos (caolines, arcilla,  
La superficie puede ser o esmaltada para hacerla m s impermea  
resistente, o con prop sitos decorativos.

##### 4.7 Craquelado

Fisuras que presenta el esmaltado en la pieza terminada y que  
como finas l neas en la capa de esmalte, resultado de un mayor c  
expansi n t rmica del esmalte con respecto al del cuerpo cer mico

##### 4.8 Cuerpo cer mico

Mezcla de arcillas sinterizadas de color crema a naranja, en  
marcados por los colores m Barro de 155 C, 156 C y 157 C, que forma  
pieza y sobre la cual se aplica el esmalte.

##### 4.9 Declaratoria

Declaratoria General de Protecci n a la Denominaci n de Origen  
publicada en el Diario Oficial de la Federaci1 septiembre de 1997.

##### 4.10 DGN

La Direcci n General de Normas de la Secretar a de Comercio y  
Industrial.

#### 4.11 Esmalte base

Esmalte que sirve como fondo al resto de los colores, que recubre la pieza y cuyo color no debe ser totalmente blanco.

#### 4.12 Esmalte vitreo

Recubrimiento que se aplica sobre el cuerpo cerámico y que tiene propiedades funcionales y decorativas tras su cocimiento.

#### 4.13 Experto

Ser humano experto o experimentado, entendido o inteligente, maestro o práctico en alguna ciencia o en algún arte.

#### 4.14 Método gravimétrico

Método por el cual se obtiene el peso de un compuesto estable con el elemento al cual se quiere cuantificar.

#### 4.15 Microscopio estereoscópico

Microscopio para ver en relieve.

#### 4.16 NOM

Norma Oficial Mexicana.

#### 4.17 Sinterización

Proceso de cocimiento característico del cerámico que sufren las pastas al promediar la temperatura del horneado, consistiendo en el endurecimiento parcial o adhesión de partículas sólidas entre sí que forman una especie de costra dura y porosa sin inicio de vitrificación.

#### 4.18 Reflectancia

Cantidad en porcentaje en la que una superficie refleja la luz.

#### 4.19 Talavera

Tipo de cerámica original y exclusiva de la denominada zona que cuyas características se derivan del medio geográfico de la región y sus antecedentes en la mayólica española, formada por un cuerpo que se produce por sinterización de una mezcla de arcillas (base blanca) provenientes de la zona geográfica comprendida en la D.F. Esta cerámica está recubierta de una capa de esmalte formada a una temperatura entre 1000°C y 1100°C en cuya composición intervienen los metales pesados estaño y cobalto de acuerdo a fórmulas propias de la época colonial, decoradas con solo seis pigmentos y sus posibles combinaciones, cuyas formas son tradicionales.

### 5. Clasificación

El producto objeto de esta NOM, de acuerdo a su uso, se clasifica en los siguientes tipos:

- a) azulejos;
- b) contenedores de alimentos y bebidas, y
- c) piezas de ornato.

### 6. Especificaciones

El producto objeto de esta NOM, debe cumplir con las siguientes especificaciones:

## 6.1 Proceso de elaboración

6.1.1. El proceso de elaboración de la Talavera debe ser manual artesanal y debe emplear materias primas características de este como lo es el barro en gres a los colores blanco y negro, con lo esencial de no permitir el vaciado.

6.1.2. Este proceso de elaboración se verifica de acuerdo al procedimiento descrito en el inciso 8.1 de la presente NOM.

## 6.2 Densidad de la pasta de barros blanco y negro

6.2.1 La densidad de la pasta de barros blanco y negro sometido a la cocción con que se elabora la Talavera, debe ser mayor o igual a  $2,48 \text{ g/cm}^3$  y menor o igual a  $2,56 \text{ g/cm}^3$ .

6.2.2. Estos resultados se verifican de acuerdo con el procedimiento en el inciso 8.2 de la presente NOM.

6.3 Determinación del límite de contracción de la pasta de barro negro con que se elabora la Talavera.

6.3.1 La pasta de barros blanco y negro con que se elabora la Talavera debe presentar un límite de contracción volumétrico menor o igual a 0,33 o su equivalente de contracción lineal entre 0,1 y 0,2.

6.3.2. Estos resultados se verifican de acuerdo con el procedimiento en el inciso 8.3 de la presente NOM.

6.4 Determinación del contenido de calcio, hierro y titanio de la pasta de barros blanco y negro con que se elabora la Talavera.

6.4.1 El contenido de calcio en la pasta debe ser mayor o igual a 133152 ppm y menor o igual a 133152 ppm.

6.4.2 El contenido de hierro en la pasta debe ser mayor o igual a 33764 ppm y menor o igual a 33764 ppm.

6.4.3 El contenido de titanio en la pasta debe ser mayor o igual a 3396 ppm y menor o igual a 3396 ppm.

6.4.4. Estos resultados se verifican de acuerdo con el procedimiento en el inciso 8.4 de la presente NOM.

## 6.5 Apariencia

6.5.1 Las piezas deben presentar el esmalte uniforme que cubra toda la superficie, sin porosidad, colores con apariencia difusa, azul y/o amarillo en sus bordes.

6.5.2 El esmalte base no debe ser totalmente blanco y no debe ser transparente, fijándose en los intervalos de los colores base de 467 C y gris tenue 1 C.

6.5.3. El cuerpo cerámico debe presentar un color de crema a naranja en los intervalos marcados por los colores base de 155 C, 156 C y 157 C.

6.5.4 Estos resultados se verifican de acuerdo al procedimiento en el inciso 8.5 de la presente NOM.

## 6.6 Características internas del esmalte

6.6.1 El esmaltado debe presentar una fusión del esmalte base con los colores.

6.6.2 El esmaltado debe presentar un aspecto uniforme.

6.6.3 Estos resultados se verifican de acuerdo al procedimiento inciso 8.6 de la presente NOM.

#### 6.7 Espesor de la capa de esmalte

6.7.1 Las piezas deben presentar un espesor de la capa de esmalte igual a 0,42 mm.

6.7.2 Los resultados se verifican de acuerdo al procedimiento inciso 8.7 de la presente NOM.

#### 6.8 Reflectancia

6.8.1 La reflectancia en el esmalte base debe ser mayor o igual menor o igual a 66,00%.

6.8.2 La reflectancia en el color azul debe ser mayor o igual a 38 o igual a 50,00%.

6.8.3 Los resultados se verifican de acuerdo al procedimiento inciso 8.8 de la presente NOM.

#### 6.9 Abrasión

6.9.1 Las piezas deben presentar una resistencia a la abrasión superior a 180 de abrasivo.

6.9.2 Estos resultados se verifican de acuerdo al procedimiento inciso 8.9 de la presente NOM.

#### 6.10 Impacto

6.10.1 Las piezas deben presentar una resistencia al impacto esmaltado mayor o igual a 13,15 N. a una altura de 0,50 m.

6.10.2 Los resultados se verifican de acuerdo con el procedimiento en el inciso 8.10 de la presente NOM.

#### 6.11 Dureza

6.11.1 Las piezas deben presentar una dureza en el esmaltado mayor a 5,0 en la escala de Mohs.

6.11.2 La verificación de este resultado se realiza de acuerdo al procedimiento descrito en el inciso 8.11 de la presente NOM.

#### 6.12 Absorción de agua

6.12.1 Las piezas deben presentar un porcentaje de absorción mayor a 12,10% después de la primera hora de prueba, con un incremento mayor a 0,5% después de las 24 h siguientes.

6.12.2 Los resultados se verifican de acuerdo con el procedimiento en el inciso 8.12 de la presente NOM.

#### 6.13 Corrosión

6.13.1 Se lo se debe presentar corrosión ligera. No debe aparecer mico. El color azul no debe decolorarse completamente.

6.13.2 Estos resultados se verifican de acuerdo con el procedimiento en el inciso 8.13 de la presente NOM.

#### 6.14 Cuantificación de plomo en esmalte base antes de hornear

6.14.1 El porcentaje de plomo en esmalte base antes de ser sometido a proceso de horneado no debe ser mayor a 27,5% en peso.

6.14.2 La verificación de los resultados se realiza de acuerdo al procedimiento descrito en el inciso 8.14 de la presente NOM.



6.15 Cuantificación de estaño en esmalte base antes de hornear

6.15.1 El porcentaje de estaño en esmalte base antes de ser proceso de horneado debe ser mayor o igual a 2,65% en peso.

6.15.2 La verificación de los resultados se realiza de procedimiento descrito en el inciso 8.15 de la presente NOM.

6.16 Materia insoluble en esmalte base antes de hornear

6.16.1 El porcentaje de materia insoluble en el esmalte base sometido al proceso de horneado debe ser mayor o igual a 57,25% o igual a 73,55% en peso.

6.16.2 Los resultados se verifican de acuerdo al procedimiento de inciso 8.16 de la presente NOM.

6.17 Cuantificación de cobalto en color azul antes de ser sometido a horneado.

6.17.1 El porcentaje de cobalto en el color azul antes de ser sometido al proceso de horneado debe ser mayor o igual a 2,06% y menor o igual a 2,06% y debe provenir de óxido de cobalto.

6.17.2 La verificación de los resultados se realiza de acuerdo al procedimiento descrito en el inciso 8.17 de la presente NOM.

6.18 Determinación de plomo en pieza terminada

Las piezas de Talavera, coloreadas o no, con decoración destinadas a contener alimentos o bebidas y para uso recreativo de cualquier forma y tamaño, deben cumplir con la Norma Oficial Mexicana NOM-010-SSA1-1993 (ver capítulo 2 Referencias), de acuerdo con lo que establece el inciso 8.18 de la presente NOM.

Los fabricantes que envasen alimentos o bebidas en productos de cerámica deben monitorear periódicamente como parte de su control de calidad el contenido de plomo en los productos, con la finalidad de asegurarse de que sean inocuos para la salud.

## 7. Muestreo

Para llevar a cabo la evaluación de la conformidad, debe seleccionarse aleatoriamente una muestra de 5 unidades, considerando un nivel de confianza aceptable de 0,25, tomado de la tabla II-A Plan de muestreo inspección normal, de la Norma Mexicana NMX-Z-12/2 (ver capítulo 2 Referencias).

## 8. Métodos de prueba

Para verificar la calidad del producto objeto de esta NOM, de los métodos de prueba establecidos en las normas oficiales mexicanas mexicanas referidas en el capítulo 2, además de los que se continúan.

### 8.1 Proceso de elaboración

Las especificaciones siguientes se verifican visualmente, como parte del proceso de fabricación y materiales con que se elabora la Talavera característicos de este tipo de artesanía.

#### 8.1.1 Preparación del barro

La mezcla se debe preparar con agua y dos tipos de barro en grés blanco, procedentes de la zona geográfica contemplada en la De, debiendo existir evidencia de que efectivamente provienen de dejando las proporciones a elección de cada fabricante.

El método de preparación de la pasta es indistinto, pero siempre debe ser una pasta homogénea con humedad suficiente para poder tener formado de piezas. Normalmente la pasta es de color gris; en alguna consecuencia de las diferentes áreas de la mina de donde proviene los tonos pueden variar.

#### 8.1.2 Formado de piezas

El formado de piezas debe ser a mano, siguiendo cualquiera de las técnicas que a continuación se detallan:

a) Torno.- Que puede ser accionado manualmente o usando equipo eléctrico y/o mecánico.

b) Molde.- Utilizando moldes de yeso para auxiliarse en el formado de piezas. El barro debe ser prensado en forma manual o usando ayuda. No debe utilizarse vaciado al quido.

#### 8.1.3 Secado de piezas

Las piezas, una vez formadas en barro crudo, se deben poner en cuartos o áreas destinadas para tal efecto. En este proceso se auxiliar por cualquier aparato para acelerar el secado.

#### 8.1.4 Primera cocción

8.1.4. Se debe realizar en un horno que alcance la temperatura no importa su forma, naturaleza o combustible utilizado.

8.1.4. La temperatura mínima de cocción es de 800...C.

8.1.4. El horno utilizado debe de contar con aparatos o sistemas que muestren la temperatura y además debe existir un registro por cada horneado.

#### 8.1.5 Esmalte

8.1.5. Preparación.- Debe existir evidencia de molienda de arcilla fundente que contenga estaño y plomo.

8.1.5. Aplicación.- aplicación del esmalte a las piezas sancochadas puede realizar por inmersión o utilizarse cualquier otro método, aplicación de esmalte se debe realizar en la fábrica.

#### 8.1.6 Decoración

Las piezas con esmalte aplicado en crudo siempre deben ser pintadas a mano, y se puede usar o no el estarcido para copiar los diseños.

#### 8.1.7 Segunda cocción

8.1.7. Esta debe realizarse una vez que las piezas hayan sido decoradas y esmaltadas. En caso de que las piezas no tengan decoración, debe ser pintadas en un horno que alcance la temperatura requerida, no importando la naturaleza o proceso utilizado.

8.1.7. El horno utilizado debe contar con aparatos o sistemas que muestren la temperatura y además debe existir un registro por cada horneada.

8.2 Densidad de la mezcla de barros negro y blanco (pasta para cuerpo cerámico)-M todo del Picn metro.

Con esta prueba se determina la relación entre la masa y el volumen de la pasta que se emplea para elaborar las piezas de Talavera.

#### 8.2.1 Principio

Toda cantidad de materia ocupa un volumen en el espacio a una determinada temperatura.

#### 8.2.2 Materiales y equipo

##### 8.2.2.1 Materiales

- Vaso de precipitados.
- Picn metro de vidrio de 25 ml.

##### 8.2.2.2 Equipo

- Mortero de porcelana con pistilo.
- Tamiz de malla 200.
- Parrilla de calentamiento con agitación.
- Balanza analítica con sensibilidad de 0,01 g.
- Termómetro.
- Sistema de vacío.
- Estufa.

#### 8.2.3 Procedimiento

##### 8.2.3.1 Preparación de la muestra:

- Tomar 15 g de muestra perfectamente molida y tamizada hasta 150 micras.
- Colocar en un vaso de precipitados de 200 ml y añadir 15 ml de hidrógeno al 30%, calentando ligeramente hasta que cese la efervescencia.
- Añadir otros 10 ml de peróxido de hidrógeno al 30% y calentando hasta ebullición. Esta operación se repite hasta que presente efervescencia;
- Añadir 50 ml de agua, agitar y separar por decantación;
- La arcilla así tratada se pone a secar en la estufa a 100°C por un espacio de 2 h, y
- En caso necesario, moler y tamizar a malla 200.

##### 8.2.3.2 Obtención de la densidad:

- Llenar con agua el picn metro previamente registrar su peso;
- Pesar 5 g de la arcilla tratada anteriormente. Colocarla en el cual ha sido previamente;
- Agregar 15 ml de agua;
- Agitar enérgicamente para eliminar el aire;
- Colocarla en una campana conectada al vacío por espacio de hasta eliminación total de burbujas;
- Aforar y pesar;
- La densidad se obtiene empleando la siguiente fórmula:

$$\text{Densidad} = \frac{P_1}{P_1 - P_2} \cdot (\text{densidad del agua})$$

donde:

P es el peso de la arcilla.

P1 es el peso del picn metro lleno de agua.

P2 es el peso del picn metro con la arcilla y lleno de agua.

h) La densidad del agua se toma de tablas y a la temperatura hizo la medici n.

#### 8.2.4 Expresi n de resultados

La densidad de la pasta de barros debe ser mayor o igual a 2 menor o igual a  $2/563$ .

8.3 Determinaci n del l mite de contracci n en la pasta de bar: se elabora la Talavera

El l mite de contracci n es el contenido de humedad por debajo pasta ya no se contrae debido a la p r dida de agua por evapc humedades inferiores a ese l mite, la pasta se hace dura y en q pueden hacer operaciones f sicas con sta. Por arriba de la hume l mite, la pasta entra en un estado blando o friable, siempre que el l mite pl stico.

#### 8.3.1 Principio

La evaporaci n en la superficie de la pasta retira humedad del produciendo consecuentemente el acercamiento de las part culas contracci n que es directamente proporcional al volumen de agua e

#### 8.3.2 Materiales y reactivos

- Materiales:

- a) C psula de porcelana.
- b) Recipientes cil ndricos de aluminio, de 2 a 3 cm de di metro
- c) Vernier.
- d) Estufa.
- e) Balanza anal tica.

- Reactivos:

- a) Vaselina.
- b) Pasta seca, molida y tamizada.

#### 8.3.3 Procedimiento

- a) Pesar 100 g de arcilla tamizada y seca;
- b) Aadir 100 ml de agua y agitar hasta obtener una pasta homog pasta se considera una pasta saturada;
- c) Recubrir los recipientes de aluminio por dentro con una cap vaselina;
- d) Llenar cuidadosamente los recipientes de aluminio con la pa verti ndola sobre la pared de los mismos, cuidando que no quede a en la masa de la pasta;
- e) Enrasar con la esp tula;
- f) Dejar secar al aire hasta que produzca cambio de color. Esto de varios d as dependiendo de las condiciones ambientales;
- g) Despegar la pasta del recipiente con mucho cuidado e inve obtener la muestra de arcilla seca;
- h) Permitir el secado de la pasta hasta peso constante;

i) Medir con el vernier la altura y el diámetro de cada uno de pasta (efectuar un mínimo de cinco repeticiones o hasta obtener constante);

j) Determinar el volumen interno de cada uno de los recipientes que contienen a cada cilindro de pasta;

k) Secar en la estufa los cilindros de pasta a 105°C. Calcular el volumen final de los cilindros de pasta;

l) Calcular el índice de contracción con la ecuación:

$$LC = (V_c - V_p) / V_p$$

Donde:

$V_c$  es el volumen interno de los cilindros.

$V_p$  es el volumen de los cilindros de la pasta seca a 105°C.

#### 8.3.4 Expresión de resultados

La pasta de barro con la que se elabora la Talavera debe presentar un índice de contracción volumétrica menor o igual a 0,36 y mayor o su equivalente lineal entre 9% y 11%.

8.4 Determinación del contenido de calcio, hierro y titanio en barro con la que se elabora la talavera.

##### 8.4.1 Principio

Un elemento al ser sometido a cierto tipo de radiación se emite radiación en forma de Rayos X característicos.

##### 8.4.2 Aparatos y equipos

Equipo para fluorescencia de Rayos X

##### 8.4.3 Procedimiento

a) Secar la pasta de barro durante 24 h; posteriormente, moler y pasar por un tamiz de malla 200;

b) Tomar 10 g de la muestra tratada y elaborar una pastilla de diámetro en una prensa hidráulica;

c) Someter la pastilla a radiación en el equipo de radiación, tipos de fuente de radiación: dos puntuales y una anular de Hierro-109 y Americio-241, respectivamente, durante 1000 s, repitiendo tres veces con cada muestra a ángulos de 120°, y

d) Posteriormente, colocar la muestra en un detector de Silicio con un amplificador, con una fuente de alto voltaje y un multicanal conectada a una computadora que utiliza como software el programa AXIL para el análisis y el programa SAX para la cuantificación de elementos.

##### 8.4.4 Expresión de resultados

- El contenido de calcio en la pasta debe ser mayor o igual a 133152 ppm y menor o igual a 133152 ppm.

- El contenido de hierro en la pasta debe ser mayor o igual a 33764 ppm y menor o igual a 33764 ppm.

- El contenido de titanio en la pasta debe ser mayor o igual a 3106 ppm y menor o igual a 3106 ppm.

#### 8.5 Apariencia

##### 8.5.1 Principio

Con esta prueba se valoran las características más importantes del acabado de la pieza terminada, las cuales, debido al proceso tradicional de la Talavera, presentan ciertas características propias y diferentes a otros tipos de cerámica.

#### 8.5.2 Aparatos y equipos

El equipo empleado para esta prueba es un microscopio estereoscópico con objetivo 4X y ocular 10X e iluminación directa con luz blanca.

#### 8.5.3 Procedimiento

8.5.3.1 Colocar la pieza bajo el objetivo del microscopio, iluminarla con luz blanca a un ángulo de 45 grados, enfocarla y observarla cuidadosamente toda su superficie.

8.5.3.2 Las características que debe presentar la Talavera son:

- a) El esmalte base no debe ser completamente blanco;
- b) Las piezas deben presentar craquelado;
- c) Las piezas pueden presentar ligera porosidad;
- d) El borde de los esmaltados en color debe presentar aspecto de relieve;
- e) El color azul debe presentar un ligero sobrerrelieve;
- f) El esmalte base no debe ser transparente, y
- g) El cuerpo cerámico debe presentar un color de crema a naranja.

#### 8.6 Características internas de la capa de esmalte

Con esta prueba se valoran las características físicas del interior de esmaltado.

##### 8.6.1 Principio

El proceso de elaboración permite que la capa de esmaltado presente características específicas de aspecto visual y fusión de los esmaltes base.

##### 8.6.2 Aparatos

La valoración de estas dos propiedades se debe realizar con un microscopio, con ocular 10X y objetivo 7X.

##### 8.6.3 Procedimiento

- a) Romper una pieza y tomar una pequeña fracción de la misma;
- b) Fijar con un poco de masilla sobre un portaobjetos, de tal manera que la sección transversal del corte quede paralelo al campo de visión del microscopio, y
- c) Colocar bajo el objetivo del microscopio e iluminar con luz blanca a un ángulo de 45°. Finalmente enfocar y observar cuidadosamente.

##### 8.6.4 Expresión de resultados

Las características del esmaltado que debe presentar la Talavera son:

- a) Aspecto visual, y
- b) Fusión de los colores con el esmalte base.

#### 8.7 Espesor de la capa de esmalte

Con esta prueba se mide el espesor de la capa de esmalte base y los esmaltes de color.

##### 8.7.1 Principio

Debido al proceso de elaboración del esmalte, este no puede ser demasiado delgado.

#### 8.7.2 Aparatos

La medición del espesor de la capa de esmalte, incluyendo película, debe realizarse con un microscopio óptico, con ocular 10X, objetivo de escala milimétrica que tenga factor milimétrico.

#### 8.7.3 Procedimiento

Preparación de la muestra:

- a) Romper la pieza de Talavera;
- b) Tomar un pequeño pedazo de la misma y emparejar con lija número 140 uno de los cortes. Esta operación se repite cinco veces con pedazos de muestra de diferentes lugares de la pieza y con cinco piezas;
- c) Tomar un pedazo de la muestra y colocarlo en una muestra de vidrio;
- d) Fijar con ayuda de un poco de masilla, de tal manera que el borde transversal del corte que fue emparejado quede paralelo al eje de observación;
- e) Iluminar con luz blanca con ángulo de 45°, enfocar el microscopio de manera que la observación de la muestra sea clara;
- f) Enfocar la escala con la cremallera ubicada en el ocular hasta que los números se vean nítidos;
- g) Tomar la lectura donde inicia la capa de esmalte, es decir donde el microscopio hace contacto con la capa de esmalte con el cuerpo cerámico, y la lectura donde termina la capa de esmalte, o sea el borde superficial de la muestra;
- h) El espesor de la capa de esmalte se calcula como sigue:

$$\text{Espesor} = (L_f - L_o) \times (F_m)$$

Donde:

$L_f$  es la lectura donde termina la capa de esmalte

$L_o$  es la lectura donde inicia la capa de esmalte

$F_m$  es el factor milimétrico (igual a 0,016)

#### 8.7.4 Expresión de resultados

El espesor de la capa de esmalte para la Talavera no debe ser mayor o igual a 0,42 mm.

#### 8.8 Reflectancia

Con esta prueba se mide la cantidad en porcentaje de luz reflejada por la capa de esmalte y es una medida indirecta del brillo que presenta.

##### 8.8.1 Principio

Una superficie refleja la luz incidente dependiendo de su color.

##### 8.8.2 Aparatos

Para la medición de la reflectancia se emplea un aparato que mide la cantidad de luz reflejada de manera directa y consiste fundamentalmente de una fuente de luz blanca, un detector fotosensible y un registrador (véase figura).

VER IMAGEN 25NV-06.BMP

- 1.- Fuente de poder.
- 2.- Fuente de luz de hal geno.
- 3.- Colectores.
- 4.- Detector (celda).
- 5.- Registrador (miliamper metro).
- 6.- Portamuestras.

El aparato se calibra empleando dos estándares, que son:

- a) Un espejo para máxima reflexión (100%), y
- b) Una superficie negra mate para el mínimo de reflexión (0%).

Cada división de la escala en microamperes corresponde a 2,38% encendido y calibrado el aparato, las mediciones deben realizarse siguientes 15 min.

#### 8.8.3 Procedimiento

a) Las mediciones se realizan sobre una pieza plana, azulejo o una pieza plana de Talavera que ajuste perfectamente sobre los bordes del portamuestras, colocando la pipeta contra los bordes que sirven de límites y se toma la lectura en la escala correspondiente a los microamperes, y

- b) El porcentaje de luz reflejada, se calcula como sigue:

$$\text{Reflectancia} = (\text{Lectura} - 50) \cdot 0,238$$

#### 8.8.4 Expresión de resultados

La Talavera debe presentar los siguientes colores en el esmalte base y en el color azul:

- a) Esmalte base reflectancia no debe ser menor a 62% ni mayor a 70%
- b) Color azul reflectancia no debe ser menor a 38,0% ni mayor a 45%

#### 8.9 Abrasión

Esta prueba mide la resistencia que una muestra presenta al ser frotada por un material abrasivo.

##### 8.9.1 Principio

Este principio consiste en que un abrasivo desgasta cualquier material dependiendo de la fuerza con la que es aplicado. En este caso, depende de la altura a la que el abrasivo cae.

##### 8.9.2 Aparatos

Esta prueba se realiza empleando un aparato que consiste en un tubo de 1,83 m de largo y 2 cm de diámetro, sostenido verticalmente sobre un soporte dentro del cual se coloca la muestra a probar.

##### 8.9.3 Procedimiento

- a) Colocar el abrasivo (carburo de silicio grano número 14), en un recipiente ubicado en la parte superior del tubo, mismo que tiene un tapón de goma.
- b) Tomar una pieza plana, que puede ser un plato extendido o una Talavera, sostenerla dentro del recipiente que se encuentra en la parte inferior del tubo con una inclinación de 45° y a 5 cm de distancia del borde.
- c) Retirar el tapón para que el abrasivo caiga libremente sobre la muestra.



La cantidad requerida de abrasivo para dejar al descubierto cerámico, multiplicada por el número de veces que se realiza esta prueba como resultado la resistencia de la capa de esmalte a ser desgastada.

#### 8.9.4 Expresión de resultados

La Talavera debe presentar una resistencia a la abrasión igual a 180 kg de abrasivo en cualquier parte de su superficie.

#### 8.10 Impacto

Esta prueba mide la resistencia a estrellamiento de la capa del esmalte.

##### 8.10.1 Principio

Se basa en el hecho de que un objeto de masa conocida, al caer adquiere una velocidad que depende de la altura a la que le cae, produciendo una fuerza de impacto proporcional a dicha altura.

##### 8.10.2 Aparatos

La prueba de resistencia al impacto se realiza en un péndulo de caída libre, el cual consiste en un tubo de un metro de longitud perforado cada 5 cm, con ranuras de 3 cm de largo, sostenido verticalmente de un balín de acero de 19 mm de diámetro y de 0,02 kg y una placa para sostener el balín a diferentes alturas dentro del tubo, además con una base sólida de metal sostenida sobre el piso.

##### 8.10.3 Procedimiento

- a) La muestra a probar debe ser una pieza plana, azulejo de prueba.
- b) Colocar la pieza sobre la base de metal en la parte baja del tubo en contacto con éste y cerrar la abertura inferior del tubo con la placa.
- c) Introducir el balín por la parte superior del tubo y sostenerlo metálicamente a una altura determinada;
- d) Retirar la placa que sostiene al balín, a fin de que éste caiga sobre la muestra colocada en la parte inferior;
- e) La operación se repite a diferentes alturas, moviendo cada vez la muestra;

f) La altura a la cual se produce una estrelladura del esmalte se toma como altura crítica para efectuar los cálculos que permiten obtener la fuerza del impacto.

g) Los resultados se expresan en Newtons (N), y

h) La fuerza máxima se calcula como sigue:

$$\text{Fuerza máxima} = (3/2) (0,028 V/0,01) N$$

V es la velocidad final  $V = (19,6) h$  m/s

##### 8.10.4 Expresión de resultados

La altura a la cual no debe producirse una estrelladura en la capa de esmalte de la Talavera es de 0,50 m. La capa de esmalte de la Talavera debe presentar una resistencia al impacto mayor o igual a 13,15 N.

#### 8.11 Dureza

Con esta prueba se mide la dureza que presenta la capa de esmalte rayada por diferentes materiales.

##### 8.11.1 Principio

Los materiales s lidos presentan una dureza dependiendo princip su composici n y proceso de elaboraci n. Esta dureza puede se empleando est ndares de dureza conocida.

8.11. Esta prueba se realiza utilizando la escala de dureza de 1 emplea probadores est ndares, que consisten en barras de d materiales terminadas en una punta afilada.

Dureza	Est ndar de prueba
1	Talco
2	Cadmio
3	Cobre
4	Platino
5	N quel
6	Manganeso
7	Wolframio
8	Topacio
9	Cromo
10	Diamante

#### 8.11. Procedimiento

- a) Realizar la prueba deslizando sobre la superficie de la mu del probador con una presi n fuerte y uniforme de la mano, y
- b) El resultado corresponde al ltimo probador empleado que rayado de la capa de esmalte.

#### 8.11. Expresi n de resultados

La Talavera debe presentar una dureza en la capa de esmalte may a 5,0 en la escala de Mohs.

#### 8.12 Absorci n de agua

Con esta prueba se determina la cantidad de agua en por c absorben las piezas de Talavera.

#### 8.12. Principio

Debido a las caracter sticas del cuerpo cer mico y de la capa , pieza de Talavera absorbe una determinada cantidad de agua cuando en contacto con ella.

#### 8.12. Equipo

El equipo empleado para esta prueba consiste en una balanza con una sensibilidad de 0,1 g.

#### 8.12. Procedimiento

- a) Tomar una pieza (taz n, taza o tarro), con capacidad no mayo menor a 150 ml;
- b) Registrar su peso inicial;
- c) Llenar con agua destilada hasta 3 mm antes del borde y dejar por espacio de una hora a temperatura ambiente;
- d) Tirar el agua y secar perfectamente con ayuda de una toalla;
- e) Pesar nuevamente y obtener la diferencia en peso;

f) Después, llenar nuevamente la pieza hasta 3 mm antes del agua destilada y dejar reposar por espacio de 24 h m s;

g) Después de ese tiempo, retirar el agua; secar perfectamente con una gasa y volver a pesar, obteniéndose el peso final. Con este dato se toma una nueva diferencia en peso de absorción de agua;

h) El porcentaje de absorción de agua se obtiene como sigue:

Diferencia inicial de peso después de la primera hora:

$$DP1 = P1 - P0$$

donde:

P0 es el peso de la muestra seca, antes de iniciar la prueba.

P1 es el peso de la muestra después de ser sometida al tratamiento de agua durante una hora.

i) El porcentaje inicial de absorción se calcula como sigue:

$$\text{Porcentaje inicial de absorción} = DP1 \times 100 / P0$$

j) La diferencia de peso después de 24 h es:

$$DP2 = P2 - P0$$

donde:

P2 es el peso de la muestra después de ser sometida al tratamiento durante 24 h.

k) Con el dato obtenido en la diferencia de peso después de 24 h se calcula el porcentaje final de absorción de agua, como sigue:

$$\text{Porcentaje final de absorción} = DP2 \times 100 / P0$$

l) La diferencia de porcentajes de agua absorbida entre la prueba y las otras 24 h de prueba, se calcula como sigue:

$$\text{Diferencia de Porcentajes} = \% \text{ final} - \% \text{ inicial.}$$

#### 8.12. Expresión de resultados

a) La Talavera debe presentar un porcentaje inicial en peso de agua no mayor a 12,10% después de la primera hora de prueba, y

b) La Talavera debe presentar una diferencia en porcentajes de agua absorbida después de la primera hora de prueba y el día siguiente, no mayor a 0,5%

#### 8.13 Corrosión

Esta prueba mide la resistencia del esmalte a ser atacado por reactivos corrosivos.

##### 8.13.1 Principio

Siendo el esmalte base y los esmaltes de color, sustancias que se oxidan, pueden ser atacadas por reactivos químicos como el ácido que ataca al esmalte porque reacciona con el silicio de él, produciendo fluoruro de silicio.

##### 8.13.2 Reactivos y materiales.

###### 8.13.2. Reactivos

- Ácido fluorhídrico al 30%.

###### 8.13.2. Materiales

- Pipeta de 5 ml, de polipropileno.

- Microscopio estereoscópico de 20 aumentos.

### 8.13. Procedimiento

a) En una muestra de Talavera de fondo no plano (tazón, plato preferentemente de tamaño o pequeño, colocar 3 ml de ácido fluorhídrico por espacio de 35 min, manteniendo la pieza ligeramente inclinada para que el ácido se concentre en una pequeña área. En caso de que el ácido sea absorbido por la muestra, debe añadirse 1 ml más;

b) Después de transcurrido ese tiempo, enjuagar la pieza perfectamente con agua destilada, tallando energicamente con la mano la parte que se somete a la prueba con la finalidad de retirar cualquier residuo correspondiente a los productos de reacción;

c) Finalmente secar muy bien con papel secante, y

d) Observar con el microscopio estereoscópico la parte sometida a la prueba para determinar el grado de ataque del ácido sobre el esmalte.

### 8.13. Expresión de resultados

a) El esmaltado no debe ser corroído totalmente;

b) No debe aparecer el cuerpo cerámico, y

c) El color azul no debe decolorarse completamente.

### 8.14 Cuantificación de plomo en esmalte base antes de hornear

Con esta prueba se cuantifica la cantidad de plomo contenida en el esmalte base antes de ser sometido al proceso de horneado sobre el cuerpo cerámico.

#### 8.14. Principio

La técnica emplea un método gravimétrico que precipita sulfato de plomo. Esta técnica está basada en la insolubilidad del sulfato de plomo en agua-etanol.

#### 8.14. Reactivos y materiales

##### 8.14.2 Reactivos:

- Ácido nítrico concentrado, grado reactivo

- Ácido sulfúrico 2 Mol/L;

- Ácido acético glacial, Monterrey, y

- Etanol grado reactivo, Monterrey.

##### 8.14.2 Materiales:

- Material de vidrio Pyrex;

- Mechero Bunsen de gas;

- Crisol y capsula de porcelana;

- Papel filtro Whatman n.º 1;

- Estufa para secar, y

- Balanza analítica digital con sensibilidad de 0,01 g.

#### 8.14. Procedimiento.

a) Colocar la muestra de esmalte en una capsula de porcelana. Normalmente se encuentra húmeda, y secar en el mechero Bunsen hasta que quede en forma de polvo;

b) A continuación, colocarla en la estufa a 110°C por espacio de 1 hora;

c) Tomar 5 g de la muestra preparada anteriormente;

d) Colocar en un vaso de precipitados y añadir 5 ml de ácido nítrico concentrado;

- e) Calentar casi a sequedad;
- f) Aadir posteriormente otros 3 ml m s de cido y continuar sequedad;
- g) Aadir 30 ml de agua destilada y filtrar cuidadosamente;
- h) Enjuagar el papel filtro con un poco de agua destilada y afc 100 ml;
- i) Secar el precipitado en la estufa y dejarlo para la determinar insoluble;
- j) Dividir la soluci n en dos porciones y hacer la determinac. cada porci n, de la siguiente manera:
  - Agregar a la al cuota 6 gotas de cido ac tico concentrado y aadir 50 ml de cido sulf rico 2M, y alcohol et lico h: aproximadamente el volumen inicial;
  - Dejar reposar el precipitado obtenido por diez horas para precipitaci n del sulfato de plomo;
  - Filtrar el precipitado y lavar con un poco de agua y secar a 100 en la estufa. Guardar el filtrado para la determinaci la cual se efect a en la secci n siguiente;
  - Separar el precipitado seco del papel lo m s completo posible
  - Colocar el papel en un crisol tarado e incinerarlo a la flama
  - A las cenizas se les a ade una gota de cido n trico conc caliente ligeramente;
  - Se a ade el precipitado de sulfato de plomo a las cenizas y mechero hasta peso constante;
  - Se multiplica el peso correspondiente a las cenizas por el si
 
$$\text{Factor Plomo/Sulfato de plomo} = 0,6832$$
  - El contenido total de plomo corresponde a la suma de los obtenidos de las dos al cuotas analizadas (plomo total), y
  - El porcentaje de plomo presente en el esmalte se calcula como
 
$$\text{Plomo total} \times 100/5$$

#### 8.14. Expresi n de resultados

El esmalte base empleado en la elaboraci n de Talavera, ant sometido al proceso de horneado sobre el cuerpo cer mico, debe cc cantidad de plomo no mayor a 27,5% en peso.

#### 8.15 Cuantificaci n de esta o en esmalte base antes de hornear

Con esta prueba se cuantifica la cantidad de esta o en el esmal de ser sometido al proceso de horneado sobre el cuerpo cer m Talavera.

#### 8.15. Principio

La t cnica empleada es una determinaci n gravimetrica que cuantific esta o como xido, la cual se basa en la insolubilidad del esta o en medio alcalino, el que por calentamiento se convier est nico.

#### 8.15. Reactivos y materiales

##### 8.15.2 Reactivos:

- agua de bromo;
- hidróxido de amonio grado reactivo, Merck, y
- solución saturada en frío de nitrato de amonio;

#### 8.15.2. Materiales:

- material de vidrio Pyrex;
- mechero Bunsen;
- crisol de porcelana;
- papel filtro Watman número 1, y
- balanza analítica digital con sensibilidad de 0,01 g.

#### 8.15. Procedimiento

- a) Juntar las dos soluciones resultantes de la precipitación de plomo (determinación anterior), y añadir unas gotas de agua de que permanezca un ligero color amarillo;
- b) Neutralizar la solución anterior con solución de hidróxido de amonio. Tratarla con una solución saturada en frío de nitrato de amonio durante 5 min;
- c) El estaño precipita en forma de hidróxido el cual se lava y se filtra con agua caliente;
- d) Filtrar y después secar a 100°C;
- e) Separar el precipitado del papel filtro;
- f) Colocar el papel en un crisol y calcinarlo en el mechero;
- g) Añadir una gota de ácido nítrico y continuar calcinando;
- h) Añadir el precipitado de hidróxido de estaño y calcinarlo al peso constante;
- i) El peso correspondiente a las cenizas se multiplica por el factor:
 
$$\text{Factor: Estaño / óxido de estaño} = 0,7877$$
 Lo anterior nos proporciona la cantidad de estaño presente en estaño total, y
- j) El porcentaje de estaño presente en el esmalte base se calcula así:

$$\text{Estaño total} \times 100/5$$

#### 8.15. Expresión de resultados

El esmalte base empleado en la elaboración de la Talavera, al someterlo al proceso de horneado, debe contener un porcentaje mayor o igual a 2,65% en peso.

#### 8.16 Materia insoluble en esmalte base antes de hornear.

Esta prueba determina la cantidad de materia insoluble que queda en el esmalte base antes de ser sometido al proceso de horneado.

#### 8.16. Principio

El método empleado consiste en cuantificar por pesada, la cantidad de materia insoluble que queda después de que la muestra ha sido sometida a extracción de plomo y estaño y corresponde a la cantidad de silicio en el esmalte.

#### 8.16. Materiales y equipo

Balanza analítica digital con sensibilidad de 0,01 g.

Estufa el cterica para secar la muestra

#### 8.16. Procedimiento

a) Al residuo insoluble que queda despu s de haber tratado la cido n trico para extraer el plomo y el esta o, y despu s de ha soluci n, se seca en la estufa durante 12 h y se pesa cuidadosamen hasta peso constante, y

b) Con el valor obtenido, calcular el porcentaje de mater empleando la siguiente ecuaci n:

$$\text{Porcentaje de materia insoluble} = (\text{peso del residuo}) \times 100/5$$

#### 8.16. Expresi n de resultados

El esmalte base que se emplea para la elaboraci n de la Tala contener una cantidad de materia insoluble mayor o igual a 57,25 igual a 73,55%.

#### 8.17 Determinaci n de cobalto en color azul antes de hornear

Esta prueba permite valorar el porcentaje de cobalto presente azul, antes de que sea sometido al proceso de horneado.

#### 8.17. Principio

- Debido a que el color azul se elabora con xido de cobalto puede ser cuantificado empleando m todos qu micos.

- El m todo empleado es una valoraci n volum trica de cobalto dis dica del etidibendiamintetrac tico (EDTA) empleando mur xida indicador.

- Se forma un complejo de cobalto con EDTA en una relaci n mc cuando el EDTA se encuentra en un ligero exceso reacciona con e mur xida produciendo un cambio muy marcado de color en la soluci

#### 8.17. Reactivos y materiales

##### 8.17.2. Reactivos:

- cido fluorh drico concentrado, Monterrey;
- cido n trico concentrado,
- soluci n de hidr xido de amonio 1,0 M;
- soluci n al 0,1% de mur xida, reci n preparada, y
- soluci n valorada de EDTA 0,05 M.

##### 8.17.2 Material:

- material de polipropileno, para manejar el HF;
- material de vidrio Pyrex;
- matraz aforado de 100 ml;
- pipeta volum trica de 10 ml;
- bureta para 10 ml, con graduaci n de 0,1 ml;
- pH metro digital, manual, y
- matraz Erlenmeyer.

#### 8.17. Procedimiento

a) Tomar una muestra de color azul, se cpara e s o a c i o de 10 h;

b) De esa muestra seca, pesar cuidadosamente un gramo y coloc vaso de precipitados de polipropileno;

c) Aadir 3 ml de cido fluorh drico concentrado y unas 5 gotas de n trico concentrado y calentar a ba o Mar a hasta que todo el color disuelto y la soluci n haya tomado un ligero color rosa;

d) Mantener calentando casi a sequedad, aadir un poco de agua y filtrar cuidadosamente, enjuagando el papel filtro y el residuo con agua destilada;

e) Transferir a un matraz de aforaci n de 100 ml y aforar;

f) Tomar 10 ml de soluci n con una pipeta volum trica de 10 ml en un matraz Erlenmeyer, aadir 50 ml de agua destilada y procesar para la valoraci n de cobalto como sigue:

- Aadir a la soluci n hidr xido de amonio 1M hasta alcanza aproximadamente 6,0;

- Agregar unas gotas de soluci n de mur xida y continuar con la soluci n molar de amoniaco hasta que vire a amarillo;

- Valorar entonces con soluci n 0,05 M de EDTA hasta coloraci n en el caso de que el color amarillo pase a anaranjado debe aadirse un poco de soluci n de amoniaco hasta coloraci n amarilla y seguir valorando hasta que vire a violeta;

- La cantidad de cobalto presente en la muestra se obtiene por los gastados en la titulaci n de acuerdo a la siguiente equivalencia:

1 ml de soluci n 0,05 M de EDTA  $\equiv$  2,946  $\mu$ g de cobalto

- El porcentaje de cobalto se calcula de acuerdo con la siguiente f r m u l a :  
$$\% \text{ de cobalto} = (\text{ml de EDTA gastados}) \times (2,946)$$

#### 8.17. ~~E~~ x p r e s i o n de resultados

El color azul empleado en la elaboraci n de la Talavera, a sometido al proceso de horneado, debe contener un porcentaje de color mayor o igual a 2,06% y menor o igual a 3,24%.

#### 8.18. D e t e r m i n a c i o n de plomo en pieza terminada

Con esta prueba se valora la cantidad de plomo soluble en las piezas terminadas de Talavera. El muestreo se lleva a cabo conforme a lo establecido en esta Norma Oficial Mexicana.

##### 8.18. P r i n c i p i o

Absorci n at mica

##### 8.18. M a t e r i a l e s y equipo

- Espectrofot metro de absorci n at mica.

- Soluci n valorada de plomo.

- Soluci n de cido ac tico al 4%.

##### 8.18. P r o c e d i m i e n t o

Realizar el procedimiento de acuerdo a lo establecido en la Norma Oficial Mexicana NOM-009-SSA1-1993 (ver cap tulo 2 Referencias).

##### 8.18. ~~E~~ x p r e s i o n de resultados

Las piezas de Talavera, coloreada o no, con decoraci n o destinadas a contener alimentos o bebidas, y para uso recreativo deben cumplir con la Norma Oficial Mexicana NOM 010-SSA1-1993 (ver cap tulo 2 Referencias).



## 9. Control de calidad

9.1 De conformidad con el artículo 56 de la Ley Federal sobre Normalización, los productores de Talavera deben mantener sus control de calidad compatibles con las normas aplicables. Asimismo verificar sistemáticamente las especificaciones contenidas en esta NOM, utilizando equipo suficiente y adecuado de laboratorio, así como todos de prueba apropiados, llevando un control estadístico de que objetivamente demuestre el cumplimiento de dichas especificaciones.

9.2 En ningún momento el fabricante/comercializador de Talavera puede elaborar y/o comercializar cualquier otro producto en las instalaciones autorizadas por la dependencia competente; a menos de que cuente con cuentas de producción claramente diferenciadas y la comercialización de cada una de ellas en cuestión sea también claramente diferenciada, a juicio del fabricante/comercializador certificado y se notifique a este dicha circunstancia con anticipación a la fecha de inicio de la producción y/o con simultaneidad de cualquier otro producto distinto a la talavera.

## 10. Comercialización

El fabricante/comercializador no pueden comercializar Talavera con cuenta con certificado expedido por un organismo de certificación aprobado; asimismo, si comercializa simultáneamente otros productos cerámicos, debe tomar las medidas conducentes para evitar confundir al consumidor.

## 11. Evaluación de la conformidad

11.1 Para efectos de la evaluación de la conformidad del producto a la presente NOM, para obtener la certificación correspondiente debe exigirse el cumplimiento de las siguientes especificaciones:

### 11.1.1. Materia prima

a) La verificación de materia prima debe llevarse a cabo mediante inspección visual, constatando lo establecido en el inciso 6.1.1.

b) La densidad de la pasta de barros blanco y negro debe cumplir lo establecido en el inciso 6.2. de la presente Norma Oficial Mexicana a efecto de no permitir el vaciado.

### 11.1.2. Producto terminado

a) Espesor de la capa de esmalte

Debe verificarse conforme a lo establecido en el inciso 6.7 de la presente NOM.

b) Apariencia

Debe verificarse visualmente, conforme a lo establecido en los incisos 6.5.2 y 6.5.4 de la presente NOM.

c) Reflectancia

Debe verificarse conforme a lo descrito en el inciso 6.8 de la presente NOM.

d) Composición del esmalte

La verificaci3n de esta especificaci3n debe llevarse a cabo ( descrito en los incisos 6.14, 6.15 y 6.16 de la presente Norma Oficial Mexicana).  
e) Determinaci3n de plomo en pieza terminada

La verificaci3n de esta especificaci3n debe llevarse a cabo ( descrito en el inciso 6.18 de la presente NOM).

#### 11.2 Verificaci3n

11.2.1 La comprobaci3n de lo establecido en esta NOM se realiza de verificaci3n realizada por el organismo de certificaci3n aprobado, independientemente de que puede ser inspeccionado por autoridad federal competente.

11.2.2 En la verificaci3n a que se refiere el inciso 11.2.1, certificaci3n debe ir acompaado por una persona experta en la materia que sea ajena al taller sujeto a la verificaci3n.

### 12. Informaci3n comercial

#### 12.1 Informaci3n del producto

La informaci3n comercial indicada en el presente capitulo debe describirse de forma tal que no induzca a error con respecto a las caracteristicas del producto, con caracteres ostensibles, legible y permanente.

La informaci3n se alada en el presente capitulo debe expresarse en espaol, sin perjuicio de presentarse adem3s en otros idiomas, con los siguientes datos como m3nimo:

- Cada pieza de Talavera debe ostentar en forma legible el nombre de la Talavera, as3 como el anagrama. En el caso de las piezas pequeas que no puede incluirse toda la informaci3n, es posible incluir el anagrama.

- Es optativa la inclusi3n de la raz3n social y domicilio de la empresa, como la leyenda alusiva al lugar de fabricaci3n, pudiendo establecerse a criterio del productor, las caracteristicas del producto.

### 13. Vigilancia

13.1 El cumplimiento de la presente NOM ser3 vigilado por la PROFECO, en el 3mbito de sus respectivas competencias.

13.2 Si cualquier dependencia competente por s3 misma, o con base en la ley, de una unidad de verificaci3n acreditada y aprobada, detecta el incumplimiento de cualquier disposici3n considerada como obligatoria de conformidad con lo dispuesto en el capitulo 11 de la presente NOM, se presume la comisi3n de un infracci3n. Dentro de los 15 d3as h3biles siguientes a la notificaci3n de la resoluci3n que emita la dependencia competente, el presunto infractor debe manifestar por escrito lo que a su derecho convenga, en la inteligencia de que agotado dicho plazo la dependencia que emiti3 esa resoluci3n puede imponer las sanciones que correspondan, de conformidad con la ley aplicable en la materia.

Lo anterior deja a salvo las facultades que, conforme a otras disposiciones legales, posean en materia de inspecci3n las dependencias competentes.

#### 14. Bibliografía

- 14.1 Declaratoria General de Protección de la Denominación de Talavera, Diario Oficial de la Federación, septiembre de 1997.
- 14.2 NOM-008-SCFI-1993 Sistema General de Unidades de Medida.
- 14.3 Decreto que declara zona de Talavera de Puebla, a los Judiciales de Atlix, Cholula, Puebla y Teyally, Periódico Oficial Gobierno Constitucional del Estado de Puebla, 13 de julio (1993).
- 14.4 Decreto que reforma los puntos primero, segundo y tercer Decreto publicado en el Periódico Oficial No. 4 de fecha 1 de julio de 1993 que Declara zona de Talavera de Puebla a los Judiciales de Atlix, Cholula, Puebla y Teyally, Periódico Oficial Gobierno Constitucional del Estado de Puebla, 24 de julio (1993).
- 14.5 CINEVESTAV. Curso de Estadística. Editorial CINEVESTAV estadístico I.P.N, México, 1980.
- 14.6 Fernández Chiti Jorge. Diccionario de Cerámica, Córdoba Argentina-1885, Págs. 100-2.
- 14.7 Fournier Robert. Diccionario ilustrado de alfarería y cerámica Omega, Barcelona España, 1981 Págs. 198.
- 14.8 Grant Eugene L. Control de Calidad Estadística. Editorial Mxico, 1971, 4a. impresión.
- 14.9 Hamilton, David. Alfarería y cerámica, Editorial CEAC, España 1985, Págs. 16 y 17.
- 14.10 Keyser, Carl A. Pruebas de materiales, técnicas de laboratorio Editorial Intermusa, México, 1979.
- 14.11 Keyser, Carl A. Técnicas de laboratorio para pruebas de materiales Editorial Intermusa Mass., EUA. 1970.
- 14.12 Merk. Métodos complejos de valoración. Editorial Mxico. 1973.
- 14.13 Orozco D. Fernando. Análisis Químico Cuantitativo. Editorial S.A., México. 1967.
- 14.14 Yamane, Taro. Estadística. Editorial Harla, México. 1979.

#### 15. Concordancia con normas internacionales

La presente NOM no concuerda con ninguna norma internacional que exista. No se encuentra referencia alguna al momento de su elaboración.

México, D.F., a 11 de noviembre de 1998.- La Directora General Carmen Quintanilla Madero.- Rubrica.

# LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Vigente al 11 de abril de 2005)

<http://www.soyentrepreneur.com/chispazos/chis10254.html>

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 156

Folio: 12237

ARTICULO 156.- SE ENTIENDE POR DENOMINACION DE ORIGEN, EL NOMBRE DE UNA REGION GEOGRAFICA DEL PAIS QUE SIRVA PARA DESIGNAR UN PRODUCTO ORIGINARIO DE LA MISMA, Y CUYA CALIDAD O CARACTERISTICA SE DEBAN EXCLUSIVAMENTE AL MEDIO GEOGRAFICO, COMPRENDIDO EN ESTE LOS FACTORES NATURALES Y LOS HUMANOS.

Folio: 12237

---

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 157

Folio: 12238

ARTICULO 157.- LA PROTECCION QUE ESTA LEY CONCEDE A LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN SE INICIA CON LA DECLARACION QUE AL EFECTO EMITA EL INSTITUTO. EL USO ILEGAL DE LA MISMA SERA SANCIONADO, INCLUYENDO LOS CASOS EN QUE VENGA ACOMPA ADA DE INDICACIONES TALES COMO "GENERO", "TIPO", "MANERA", "IMITACION", U OTRAS SIMILARES QUE CREEN CONFUSION EN EL CONSUMIDOR O IMPLIQUEN COMPETENCIA DESLEAL.

Folio: 12238

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 158  
Folio: 12239

ARTICULO 158.- LA DECLARACION DE PROTECCION DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN, SE HARA DE OFICIO O A PETICION DE QUIEN DEMUESTRA TENER INTERES JURIDICO. PARA LOS EFECTOS DE ESTE ARTICULO SE CONSIDERA QUE TIENEN INTERES JURIDICO:

I.- LAS PERSONAS FISICAS O MORALES QUE DIRECTAMENTE SE DEDIQUEN A LA EXTRACCION, PRODUCCION O ELABORACION DEL PRODUCTO O LOS PRODUCTOS QUE SE PRETENDAN AMPARAR CON LA DENOMINACION DE ORIGEN;

II.- LAS CAMARAS O ASOCIACIONES DE FABRICANTES O PRODUCTORES, Y

III.- LAS DEPENDENCIAS O ENTIDADES DEL GOBIERNO FEDERAL Y DE LOS GOBIERNOS DE LA ENTIDADES DE LA FEDERACION.

Folio: 12239

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL  
TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 159  
Folio: 12240

ARTICULO 159.- LA SOLICITUD DE DECLARACION DE PROTECCION A UNA DENOMINACION DE ORIGEN SE HARA POR ESCRITO, A LA QUE SE ACOMPAARAN LOS COMPROBANTES QUE FUNDAN LA PETICION Y EN LA QUE SE EXPRESARA LO SIGUIENTE:

I.- NOMBRE, DOMICILIO Y NACIONALIDAD DEL SOLICITANTE. SI ES PERSONA MORAL DEBERA SE ALAR, ADEMAS, SU NATURALEZA Y LAS ACTIVIDADES A QUE SE DEDICA;

II.- INTERES JURIDICO DEL SOLICITANTE;

III.- SE ALAMIENTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN;

IV.- DESCRIPCION DETALLADA DEL PRODUCTO O LOS PRODUCTOS TERMINADOS QUE ABARCARA LA DENOMINACION, INCLUYENDO SUS CARACTERISTICAS, COMPONENTES, FORMA DE EXTRACCION Y PROCESOS DE PRODUCCION O ELABORACION. CUANDO SEA DETERMINANTE PARA ESTABLECER LA RELACION ENTRE LA DENOMINACION Y EL PRODUCTO, SE SE ALARAN LAS NORMAS OFICIALES ESTABLECIDAS POR LA SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL A QUE DEBERAN SUJETARSE EL PRODUCTO, SU FORMA DE EXTRACCION, SUS PROCESOS DE ELABORACION O PRODUCCION Y SUS MODOS DE EMPAQUE, EMBALAJE O ENVASAMIENTO;

V.- LUGAR O LUGARES DE EXTRACCION, PRODUCCION O ELABORACION DEL PRODUCTO QUE SE TRATE DE PROTEGER CON LA DENOMINACION DE ORIGEN Y LA DELIMITACION DEL TERRITORIO DE ORIGEN, ATENDIENDO A LOS CARACTERES GEOGRAFICOS Y A LAS DIVISIONES POLITICAS;

VI.- SE ALAMIENTO DETALLADO DE LOS VINCULOS ENTRE DENOMINACION, PRODUCTO Y TERRITORIO, Y

VII.- LOS DEMAS QUE CONSIDERE NECESARIOS O PERTINENTES EL SOLICITANTE.

Folio: 12240

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 160  
Folio: 12241

ARTICULO 160.- RECIBIDA LA SOLICITUD POR EL INSTITUTO Y ENTERADO EL PAGO DE LAS TARIFAS CORRESPONDIENTES, SE EFECTUARA EL EXAMEN DE LOS DATOS Y DOCUMENTOS APORTADOS.

SI A JUICIO DEL INSTITUTO, LOS DOCUMENTOS PRESENTADOS NO SATISFACEN LOS REQUISITOS LEGALES O RESULTAN INSUFICIENTES PARA LA COMPRESION Y ANALISIS DE CUALQUIERA DE LOS ELEMENTOS DE LA SOLICITUD, SE REQUERIRA AL SOLICITANTE PARA QUE HAGA LAS

ACLARACIONES O ADICIONES NECESARIAS, OTORGANDOLE AL EFECTO UN PLAZO DE DOS MESES.

SI EL SOLICITANTE NO CUMPLE CON EL REQUERIMIENTO DENTRO DEL PLAZO OTORGADO, LA SOLICITUD SE CONSIDERARA ABANDONADA, PERO EL INSTITUTO PODRA CONTINUAR DE OFICIO SU TRAMITACION EN LOS TERMINOS DEL PRESENTE CAPITULO SI LO CONSIDERA PERTINENTE.

Folio: 12241

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 161  
Folio: 12242

ARTICULO 161.- CUANDO LOS DOCUMENTOS PRESENTADOS SATISFAGAN LOS REQUISITOS LEGALES, EL INSTITUTO PUBLICARA EN EL DIARIO OFICIAL UN EXTRACTO DE LA SOLICITUD.

SI EL PROCEDIMIENTO SE INICIA DE OFICIO, EL INSTITUTO PUBLICARA EN EL DIARIO OFICIAL UN EXTRACTO DE LAS MENCIONES Y REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LAS FRACCIONES III A LA VII DEL ARTICULO 159 DE ESTA LEY.

EN AMBOS CASOS EL INSTITUTO OTORGARA UN PLAZO DE DOS MESES, CONTADOS A PARTIR DE LA FECHA DE PUBLICACION PARA QUE CUALQUIER TERCERO QUE JUSTIFIQUE SU INTERES JURIDICO, FORMULE OBSERVACIONES U OBJECIONES Y APORTE LAS PRUEBAS QUE ESTIME PERTINENTES.

Folio: 12242

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 162  
Folio: 12243

ARTICULO 162.- PARA LOS EFECTOS DE ESTE CAPITULO SE ADMITIRA TODA CLASE DE PRUEBAS CON EXCEPCION DE LA CONFESIONAL Y TESTIMONIAL. LA PERICIAL CORRESPONDERA

AL INSTITUTO O A QUIEN ESTA DESIGNE. EL INSTITUTO PODRA REALIZAR EN CUALQUIER TIEMPO, ANTES DE LA DECLARACION, LAS INVESTIGACIONES QUE ESTIME PERTINENTES Y ALLEGARSE LOS ELEMENTOS QUE CONSIDERE NECESARIOS.

Folio: 12243

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 163  
Folio: 12244

ARTICULO 163.- TRANSCURRIDO EL PLAZO A QUE SE REFIERE EL ARTICULO 161 DE ESTA LEY, EFECTUADOS LOS ESTUDIOS Y DESAHOGADAS LAS PRUEBAS, EL INSTITUTO DICTARA LA RESOLUCION QUE CORRESPONDA.

Folio: 12244

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 164  
Folio: 12245

ARTICULO 164.- SI LA RESOLUCION A QUE SE REFIERE EL ARTICULO ANTERIOR OTORGA LA PROTECCION DE LA DENOMINACION DE ORIGEN, EL INSTITUTO HARA LA DECLARATORIA Y PROCEDERA A SU PUBLICACION EN EL DIARIO OFICIAL. LA DECLARACION DEL INSTITUTO QUE OTORQUE LA PROTECCION A UNA DENOMINACION DE ORIGEN, DETERMINARA EN DEFINITIVA LOS ELEMENTOS Y REQUISITOS PREVISTOS EN EL ARTICULO 159 DE ESTA LEY.

Folio: 12245

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 165  
Folio: 12246



ARTICULO 165.- LA VIGENCIA DE LA DECLARACION DE PROTECCION DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN ESTARA DETERMINADA POR LA SUBSISTENCIA DE LAS CONDICIONES QUE LA MOTIVARON Y SOLO DEJARA DE SURTIR EFECTOS POR OTRA DECLARACION DEL INSTITUTO.

Folio: 12246

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 166  
Folio: 12247

ARTICULO 166.- LOS TERMINOS DE LA DECLARACION DE PROTECCION A UNA DENOMINACION DE ORIGEN PODRAN SER MODIFICADOS EN CUALQUIER TIEMPO, DE OFICIO O A PETICION DE PARTE INTERESADA, SIGUIENDO EL PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO EN ESTE CAPITULO. LA SOLICITUD RELATIVA, DEBERA EXPRESAR LO EXIGIDO POR LAS FRACCIONES I A III DEL ARTICULO 159 DE ESTA LEY, Y UN SE ALAMIENTO DETALLADO DE LAS MODIFICACIONES QUE SE PIDEN Y LAS CAUSAS QUE LAS MOTIVAN.

Folio: 12247

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 167  
Folio: 12248

ARTICULO 167.- EL ESTADO MEXICANO SERA EL TITULAR DE LA DENOMINACION DE ORIGEN. ESTA SOLO PODRA USARSE MEDIANTE AUTORIZACION QUE EXPIDA EL INSTITUTO.

Folio: 12248

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO I DE LA PROTECCION A LA DENOMINACION DE ORIGEN  
Art culo 168  
Folio: 12249

ARTICULO 168.- EL INSTITUTO, POR CONDUCTO DE LA DE  
RELACIONES EXTERIORES, TRAMITARA EL REGISTRO DE LAS  
DENOMINACIONES DE ORIGEN QUE HAYAN SIDO MATERIA DE  
UNA DECLARACION DE PROTECCION EN LOS TERMINOS DE ESTA  
LEY, PARA OBTENER SU RECONOCIMIENTO EN EL EXTRANJERO  
CONFORME A LOS TRATADO INTERNACIONALES.

Folio: 12249

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 169  
Folio: 12250

ARTICULO 169.- LA AUTORIZACION PARA USAR UNA  
DENOMINACION DE ORIGEN DEBERA SER SOLICITADA ANTE EL  
INSTITUTO Y SE OTORGARA A TODA PERSONA FISICA O MORAL  
QUE CUMPLA LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

I.- QUE DIRECTAMENTE SE DEDIQUE A LA EXTRACCION,  
PRODUCCION O ELABORACION, DE LOS PRODUCTOS  
PROTEGIDOS POR LA DENOMINACION DE ORIGEN;

II.- QUE REALICE TAL ACTIVIDAD DENTRO DEL TERRITORIO  
DETERMINADO EN LA DECLARACION;

III.- QUE CUMPLA CON LAS NORMAS OFICIALES ESTABLECIDAS  
POR LA SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL  
CONFORME A LAS LEYES APLICABLES, RESPECTO DE LOS  
PRODUCTOS DE QUE SE TRATE, Y

IV.- LOS DEMAS QUE SE ALE LA DECLARACION.

Folio: 12250

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 170  
Folio: 12251

ARTICULO 170.- LA SOLICITUD PARA OBTENER UNA  
AUTORIZACION DE USO DE DENOMINACION DE ORIGEN DEBERA  
CONTENER LOS DATOS Y ESTAR ACOMPA ADA DE LOS  
DOCUMENTOS QUE SE SE ALEN EN EL REGLAMENTO DE ESTA  
LEY.

Folio: 12251

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 171  
Folio: 12252

ARTICULO 171.- AL RECIBIR LA SOLICITUD DE AUTORIZACION DE  
USO DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN, EL INSTITUTO  
PROCEDERA EN LOS TERMINOS PREVISTOS POR EL ARTICULO  
160 DE ESTA LEY Y EN CASO DE QUE SE SATISFAGAN LOS  
REQUISITOS LEGALES PROCEDERA A SU OTORGAMIENTO.

Folio: 12252

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 172  
Folio: 12253

ARTICULO 172.- LOS EFECTOS DE LA AUTORIZACION PARA USAR  
UNA DENOMINACION DE ORIGEN DURARAN DIEZ A OS,

CONTADOS A PARTIR DE LA FECHA DE PRESENTACION DE LA SOLICITUD EN EL INSTITUTO , Y PODRAN RENOVARSE POR PERIODOS IGUALES.

Folio: 12253

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 173  
Folio: 12254

ARTICULO 173.- EL USUARIO DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN ESTA OBLIGADO A USARLA TAL Y COMO APAREZCA PROTEGIDA EN LA DECLARACION. DE NO USARLA EN LA FORMA ESTABLECIDA, PROCEDERA LA CANCELACION DE LA AUTORIZACION.

Folio: 12254

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 174  
Folio: 12255

ARTICULO 174.- EL DERECHO A USAR UNA DENOMINACION DE ORIGEN PODRA SER TRANSMITIDO POR EL USUARIO AUTORIZADO EN LOS TERMINOS DE LA LEGISLACION COMUN. DICHA TRASMISION SOLO SURTIRA EFECTOS A PARTIR DE SU INSCRIPCION EN EL INSTITUTO, PREVIA COMPROBACION DE QUE EL NUEVO USUARIO CUMPLE CON LA CONDICIONES Y REQUISITOS ESTABLECIDOS EN ESTA LEY PARA OBTENER EL DERECHO A USAR LA DENOMINACION DE ORIGEN.

Folio: 12255

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 175  
Folio: 12256

ARTICULO 175.- EL USUARIO AUTORIZADO DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN PODRA A SU VEZ, MEDIANTE CONVENIO, PERMITIR EL USO DE ESTA, UNICAMENTE A QUIENES DISTRIBUYAN O VENDAN LOS PRODUCTOS DE SUS MARCAS. EL CONVENIO DEBERA SER SANCIONADO POR EL INSTITUTO Y SURTIRA EFECTOS A PARTIR DE SU INSCRIPCION DE ESTA.

EL CONVENIO DEBERA CONTENER UNA CLAUSULA EN LA QUE SE ESTABLEZCA LA OBLIGACION DEL DISTRIBUIDOR O COMERCIALIZADOR DE CUMPLIR CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LAS FRACCIONES III Y IV DEL ARTICULO 169 Y LOS PREVISTOS EN EL REGLAMENTO. EN CASO DE QUE EL DISTRIBUIDOR O COMERCIALIZADOR NO CUMPLIERE CON ESTA OBLIGACION, PROCEDERA LA CANCELACION DE LA INSCRIPCION.

Folio: 12256

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 176  
Folio: 12257

ARTICULO 176.- LA AUTORIZACION DE USUARIO DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN DEJARA DE SURTIR EFECTOS POR:

I.- NULIDAD, EN CUALQUIERA DE LOS SIGUIENTES CASOS:

A) CUANDO SE OTORQUE EN CONTRAVENCION A LAS DISPOSICIONES DE ESTA LEY;

B) CUANDO SE OTORQUE ATENDIENDO A DATOS Y DOCUMENTOS FALSOS;

II.- CANCELACION, CUANDO EL USUARIO AUTORIZADO USE LA DENOMINACION DE ORIGEN EN FORMA DIFERENTE A LA ESTABLECIDA EN LA DECLARACION DE PROTECCION;

III.- POR TERMINACION DE SU VIGENCIA.

Folio: 12257

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 177  
Folio: 12258

ARTICULO 177.- LAS DECLARACIONES ADMINISTRATIVAS DE  
NULIDAD Y CANCELACION SE HARAN POR EL INSTITUTO, DE  
OFICIO, A PETICION DE PARTE O DEL MINISTERIO PUBLICO  
FEDERAL.

Folio: 12258

TITULO QUINTO DE LA DENOMINACION DE ORIGEN  
CAPITULO II DE LA AUTORIZACION PARA SU USO  
Art culo 178  
Folio: 12259

ARTICULO 178.- ADEMAS DE LAS PUBLICACIONES PREVISTAS EN  
ESTE CAPITULO, SE PUBLICARAN EN LA GACETA LAS  
DECLARACIONES QUE EMITA Y AUTORIZACIONES QUE OTORQUE  
EL INSTITUTO, ASI COMO CUALQUIER ACTO QUE DE POR  
TERMINADOS LOS EFECTOS DE LOS DERECHOS OTORGADOS EN  
MATERIA DE DENOMINACION DE ORIGEN.

Folio: 12259

**PODER EJECUTIVO****SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL****DECLARATORIA general de protección de la denominación de origen Talavera.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

**DECLARATORIA GENERAL DE PROTECCION DE LA DENOMINACION DE ORIGEN TALAVERA**

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con fundamento en los artículos 6o. fracción III, 158, 159, 163, 164, 166, 167 y 168 de la Ley de la Propiedad Industrial y cuarto punto resolutivo de la Declaración General de Protección de la Denominación de Origen "Talavera de Puebla", publicada el 17 de marzo de 1995 en el *Diario Oficial de la Federación*, procede a la publicación en el *Diario Oficial de la Federación* de la Declaratoria General de Protección de la Denominación de Origen "Talavera".

**ANTECEDENTES**

1.- El 17 de marzo de 1995 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación*, la resolución mediante la cual se otorga la protección prevista en los artículos 157, 158 y demás aplicables de la Ley de la Propiedad Industrial a la Denominación de Origen *Talavera de Puebla*, para ser aplicada a la artesanía de Talavera, surtiendo sus efectos al día siguiente de su publicación. La región geográfica protegida comprende a los distritos judiciales de Atlixco, Puebla, Cholula y Tecali.

2.- Con escrito de fecha 10 de septiembre de 1996, presentado ante este Instituto el 9 de octubre del mismo año, el Gobierno del Estado de Puebla, por conducto del Gobernador Constitucional del Estado, Jicenciado Manuel Bartlett Díaz, solicitó la modificación de la Denominación de Origen "Talavera de Puebla", por el de "Talavera", en los términos de los artículos 159 y 166 de la Ley de la Propiedad Industrial.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 160 de la Ley de la Propiedad Industrial, se dio inicio al trámite de la solicitud de modificación a la declaración general de protección de la denominación de origen Talavera de Puebla.

3.- El 20 de febrero de 1997 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el extracto de la solicitud de modificación de la denominación de origen presentada por el gobierno del Estado de Puebla, en cumplimiento a lo dispuesto en artículos 161 y 166 de la Ley de la Propiedad Industrial. En este extracto se señalaron, con fundamento en los artículos 159 fracciones I a III y 166 de la Ley de la Propiedad Industrial, lo siguiente:

a).- Nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante: Gobierno del Estado de Puebla.

b).- Interés jurídico del solicitante: Fundó su interés jurídico en el hecho de ser Gobierno del Estado de Puebla, en los términos y con fundamento en los artículos 158 fracción III y 166 de la Ley de la Propiedad Industrial.

c).- Señalamiento de la Denominación de Origen: "Talavera de Puebla", publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 17 de marzo de 1995.

d).- Señalamiento de la modificación que se pide y causa que la motiva: El cambio de la Denominación de Origen "Talavera de Puebla" por el de "Talavera", de conformidad al Decreto del Ejecutivo del Estado que reforma los puntos Primero, Segundo y Tercero del diverso publicado en el Periódico Oficial número 4 de fecha 13 de julio de 1993, que declara Zona de Talavera de Puebla, a los Distritos Judiciales de Atlixco, Cholula, Puebla y Tecali, publicado en el Periódico Oficial de dicha entidad federativa el 24 de julio de 1996, el cual modificó el nombre de la región geográfica protegida por la anterior denominación, por el de Zona de Talavera.

4.- Asimismo, con fundamento en el artículo 166 de la Ley de la Propiedad Industrial, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, como autoridad administrativa en la materia, propuso de oficio modificaciones a la citada declaración general de protección, con el objetivo de regular los aspectos relacionados con las autorizaciones de uso de la Denominación de Origen, mismas que se publicaron con el extracto de solicitud señalada en el punto 3 anterior.

5.- De conformidad con el artículo 161 de la Ley de la Propiedad Industrial, se otorgó un plazo de dos meses, contado a partir de la fecha de su publicación en el *Diario Oficial de la Federación*, para que

cualquier tercero que justificara su interés jurídico pudiera formular las observaciones u objeciones que estimara convenientes, aportando las pruebas que sustentaran su dicho.

6.- En el transcurso de los dos meses para que cualquier tercero que justificara su interés jurídico, formulara observaciones u objeciones, así como aportar las pruebas que se estimaran pertinentes, se presentaron los siguientes:

- I.- Con fecha de 18 de abril de este año se presentó ante este Instituto escrito por parte de José Luis Corona Corona, en su carácter de administrador y representante legal de la Fábrica de Talavera la Corona, S.A. de C.V., ofreciendo las pruebas documentales, pericial, reconocimiento o inspección ocular, instrumental y presuncional, y
- II.- Con fecha de 22 de abril de este año se presentó ante este Instituto un escrito a través de la transmisión telefónica facsimilar, por parte del Ing. Moisés Ramos Yañez, Coordinador General de Fomento Artesanal del gobierno del Estado de Guanajuato, en el que argumenta que el cambio de nombre de la denominación de origen afectará a los artesanos de ese Estado, particularmente a los de Dolores Hidalgo, sin presentar ningún tipo de prueba.

7.- El día 5 de agosto de 1997, compareció ante la Dirección de Asuntos Jurídicos del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, el C. José Luis Corona Corona, en representación de la empresa Fábrica de Talavera La Corona, S.A. de C.V., para desistirse de las objeciones y peticiones contenidas en el escrito presentado con fecha 18 de abril de 1997.

#### CONSIDERANDOS

I.- El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial es la autoridad competente para resolver el presente procedimiento de modificación de la denominación de origen Talavera de Puebla, con fundamento en los artículos 6o., 7o., 7 Bis 1, 7 Bis 2, 160, 161, 163, 164 y 166 de la Ley de la Propiedad Industrial; 1o., 3o. y 4o. del Reglamento del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial; 1o. y 4o. del Estatuto Orgánico del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

II.- Una vez demostrado el interés jurídico del Gobernador Constitucional del Estado de Puebla, licenciado Manuel Bartlett Díaz, satisfechos los requisitos legales y resultando que la solicitud de modificación era suficiente para la comprensión y análisis de los elementos de la petición, tal y como se demostró en el capítulo de antecedentes, se procedió a la publicación del extracto de la solicitud de modificación para que cualquier persona que tuviere interés jurídico presentara las observaciones u objeciones al respecto, dentro del plazo de dos meses contados a partir de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

III.- El plazo de dos meses corrió a partir de la fecha de la publicación del extracto de solicitud en el Diario Oficial de la Federación, siendo el 20 de febrero de 1997 y tuvo su término el día 21 de abril de 1997, por ser el día 20 un día inhábil, con fundamento en el artículo 4o. del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, mismo que establece que el plazo fijado en meses concluye el mismo número del día del mes que corresponda, pero en el caso de que el plazo fijado expirara en un día en que el Instituto no labore, ese plazo expirará el primer día hábil siguiente.

IV.- El escrito del C. José Luis Corona Corona, en representación de la empresa Fábrica de Talavera La Corona, S.A. de C.V., se presentó ante este Instituto en tiempo y forma, con fecha 18 de abril de 1997.

Acreditó su personalidad el C. José Luis Corona Corona, para actuar en nombre y representación de la empresa La Fábrica La Corona, S.A. de C.V., a través de la prueba documental pública, consistente en la copia certificada del acta constitutiva de la empresa Fábrica de Talavera La Corona, S.A. de C.V., mediante el instrumento número 6295, volumen 130, del 19 de septiembre de 1991, ante la fe del notario público número 1 del Distrito Judicial de Morelos, Tlaxco, Tlaxcala, licenciada María Josefina del Rayo Cabrera Guarneros.

Asimismo, se tuvieron por admitidas las pruebas ofrecidas y se preparó el desahogo de la prueba pericial presentada, a través de diversas invitaciones a instituciones reconocidas para que la llevaran a cabo.

V.- El escrito del ingeniero Moisés Ramos Yañez, Coordinador General de Fomento Artesanal del gobierno del Estado de Guanajuato, enviado por transmisión telefónica facsimilar, se presentó fuera del plazo



señalado en el punto III anterior, por haberse recibido con fecha 22 de abril de 1997 y por no cumplir con el artículo 5o. último párrafo del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, el cual establece que toda solicitud se tendrá por presentada mediante la transmisión telefónica facsimilar, siempre que la solicitud original y del acuse de recibo de dicha transmisión sean presentados en las oficinas de este Instituto al día siguiente de haberse efectuado la transmisión.

VI.- De la comparecencia del día 5 de agosto de 1997 descrita en el punto 7 del capítulo de antecedentes, se acordó el desistimiento por parte del C. José Luis Corona Corona, en representación de la empresa Fábrica de Talavera La Corona, S.A. de C.V., de las objeciones y peticiones contenidas en el escrito presentado con fecha 18 de abril de 1997 y de las pruebas presentadas en el mismo, de conformidad al acta levantada de misma fecha en las instalaciones del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, en presencia del Director de Marcas y del Director de Asuntos Jurídicos. En este mismo acto, el C. José Cutberto Ramírez Ibañez, en su carácter de Director Jurídico de la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del Estado de Puebla y en ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 32 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado Libre y Soberano de Puebla, manifestó el conocimiento del desistimiento y la aceptación del mismo.

VII.- En virtud del desistimiento manifestado por el C. José Luis Corona Corona, en representación de la empresa Fábrica de Talavera La Corona, S.A. de C.V., y de no considerarse el escrito presentado por el ingeniero Moisés Ramos Yañez, Coordinador General de Fomento Artesanal del gobierno del Estado de Guanajuato, por presentarse fuera del término y no cumplir con las formalidades establecidas en el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, se procede al análisis de la solicitud de modificación presentada.

La protección prevista por los artículos 157, 158 y demás aplicables de la Ley de la Propiedad Industrial a la Denominación de Origen Talavera de Puebla, para ser aplicada a la artesanía de Talavera, establece como región geográfica la zona denominada Zona de Talavera de Puebla, que comprende los distritos judiciales de Atlixco, Cholula, Puebla y Tecali, todos ellos dentro de los límites geográficos del Estado de Puebla.

Esta región geográfica se determinó con base en el Decreto del Ejecutivo del Estado de Puebla que declaró Zona de Talavera Puebla a los distritos judiciales de Atlixco, Cholula, Puebla y Tecali, por lo que al emitirse el Decreto del Ejecutivo Estatal que modifica dicha denominación, de acuerdo a su publicación en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Puebla el 13 de julio de 1993 y cuya entrada en vigor fue a partir del 25 de julio de 1996, tal y como se demostró en la copia simple de esta publicación, siendo prueba plena para demostrar dicho acto, es procedente para la protección de esta denominación de origen su modificación en los términos solicitados.

VIII.- Por otra parte, dentro del plazo de dos meses para que cualquier persona que tuviera interés jurídico presentara las observaciones u objeciones, relativas con el extracto de solicitud de modificación de la denominación de origen, no se presentó ante este Instituto ningún tipo de observación u objeción referente a la propuesta de oficio y que dichas disposiciones obedecen a tener una regulación adecuada y eficaz de los diversos aspectos de la extracción, elaboración, producción, distribución y comercialización del producto artesanal al que se aplica la denominación de origen. Estas disposiciones establecerán la forma legal a la que se sujeta el producto, y en caso de incumplimiento con lo que aquellas disponen, se aplicará lo previsto en el artículo 176 fracción II de la Ley de la Propiedad Industrial.

a).- El primer punto obligará al usuario autorizado de la denominación de origen a que los permisos de uso a un distribuidor o vendedor, deben estar previamente inscritos ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, para que el convenio sea revisado y sancionado, vigilando así el uso que se le dará a la denominación de origen.

PRIMERO.- El usuario autorizado de esta Denominación de Origen, únicamente podrá permitir el uso de ésta, cuando previamente se haya inscrito el convenio de autorización de uso a que se refiere el artículo 175 de la Ley de la Propiedad Industrial en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

b).- El segundo punto condicionará el uso de la denominación de origen con marcas previamente registradas en favor del usuario autorizado, para que exista un control por parte de este Instituto de la manera con la que se comercializa el producto en el mercado nacional e internacional, asimismo, esta

comercialización se sujetará a que dichas marcas que se acompañen con la denominación de origen, cumplan con las disposiciones legales mexicanas aplicables.

**SEGUNDO.-** En ningún caso se usará esta Denominación de Origen con las marcas que el usuario autorizado no haya indicado en la solicitud respectiva o con posterioridad a la autorización de uso. El usuario autorizado está obligado a comunicar al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, previamente a su uso, las marcas que tenga registradas con esta Denominación de Origen.

Para el caso previsto en el artículo 175 de la Ley de la Propiedad Industrial, esta Denominación de Origen, sólo podrá usarse acompañada de las marcas del usuario autorizado y que se establezcan en el convenio de autorización de uso, previa inscripción en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

c).- El punto tercero determinará la responsabilidad del usuario autorizado para que no se permitan la utilización de sus instalaciones para que un tercero, a su vez, solicite otra autorización de uso, asimismo, esta obligación permite un control estricto y la ubicación de las empresas que llevan a cabo las etapas de extracción, producción o elaboración.

**TERCERO.-** La Denominación de Origen sólo podrá usarse en aquellos productos que sean extraídos, producidos o elaborados, en el o los establecimientos donde realiza su actividad el usuario autorizado, de acuerdo a lo que manifieste en su solicitud correspondiente, o bien, en los que determine posteriormente mediante escrito presentado ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. El usuario autorizado de esta Denominación de Origen no podrá permitir el uso de sus instalaciones o establecimientos a otro usuario autorizado o terceras personas para la extracción, producción o elaboración de los productos protegidos por esta Denominación de Origen.

d).- El punto cuarto vinculará, en caso de incumplimiento, la aplicación del artículo 176 fracción II de la Ley de la Propiedad Industrial, responsabilizando el uso de la denominación de origen en el extranjero al usuario autorizado.

**CUARTO.-** Los convenios que celebre el usuario autorizado para permitir el uso de la Denominación de Origen, deberán cumplir con lo dispuesto en la Ley de la Propiedad Industrial y su Reglamento.

e).- El punto quinto asegurará el otorgamiento de las autorizaciones de uso a las personas que efectivamente cumplan con los requisitos previstos en la Ley de la Propiedad Industrial, con la debida y suficiente comprobación de su interés jurídico y la legitimidad del producto artesanal al que pretende aplicar la denominación de origen, independientemente de las normas oficiales aplicables al producto o de apoyo a esta denominación de origen, emitidas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

**QUINTO.-** El solicitante de la autorización de uso de la Denominación de Origen deberá probar fehacientemente, a juicio del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, mediante las pruebas que estime convenientes y las que le sean requeridas, que cumple cabalmente con los procesos de extracción, producción y elaboración del producto, tal y como se indica en la presente Declaración General de Protección, sin perjuicio de las normas oficiales que emita la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

**IX.-** Una vez efectuados los estudios y desahogado cada uno de los elementos anteriormente señalados, además de subsistir las condiciones que la motivaron, con fundamento en el artículo 164 de la Ley de la Propiedad Industrial, se determinan, sin perjuicio de los señalados en el capítulo de antecedentes y tomados en cuenta para la publicación del extracto de solicitud de modificación, así como en los resolutivos de la presente declaratoria de protección y de las normas oficiales que al efecto emita la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, los siguientes elementos:

a).- Señalamiento de la Denominación de Origen: "Talavera", región geográfica en la que se ubica el distrito judicial de Puebla, en donde se ha desarrollado la artesanía de talavera desde el inicio del siglo XVI hasta la fecha, lo que permite la identificación del producto con el nombre de dicha región.

Además, las materias primas principales para la elaboración de la artesanía se extraen de los distritos judiciales ubicados en la región geográfica "Talavera".

b).- Descripción del producto: La materia prima que se utiliza en la elaboración de la Talavera es la arcilla extraída de las minas de la región, para constituirse en el barro negro y blanco, agregándose arenilla, plomo,

estaño y óxido de metales; una vez constituido el barro, se inicia el proceso de torneado y moldeo de los objetos de la loza (vajillas), azulejos, mosaicos, tibores, macetas, retablos y todo tipo de ornamentos, de manera manual o en moldes de yeso; e inmediatamente se lleva a cabo la cocción de las piezas; ya horneadas, de éstas se hace una revisión de calidad a fin de identificar las piezas deterioradas o aquellas que tienen rupturas; posteriormente, las piezas son cubiertas con esmalte cuyas características deben ser el craquelado, color, brillo y acabado vidriado.

Este esmalte, denominado "alarca", se prepara mezclando plomo, estaño y arenilla en la siguiente forma: en un horno de fuego directo se funde el plomo y enseguida se le añade el estaño, moviendo la mezcla hasta que se oxide y tome un color amarillento que cristalice; una vez fría, se muele y combina con agua. La decoración de las piezas se lleva a cabo con pinceles hechos a mano y con los colores a base de minerales diluidos en agua, lo que le da a la Talavera las características con las que se ha logrado la originalidad e identificación de esta artesanía; una vez esmaltadas y decoradas las piezas se prosigue con la segunda cocción.

c).- Señalamiento de los vínculos entre denominación, productos y territorio: La artesanía de Talavera se ha desarrollado por tradición histórica desde el siglo XVI en la ciudad de Puebla, la cual pertenece a la región geográfica denominada Zona de Talavera, además de que en la elaboración de la mencionada artesanía se utilizan las materias primas extraídas de esa misma región geográfica.

La elaboración de la artesanía es considerada un arte por la técnica y procesos de fabricación de los productos. La región geográfica está estrechamente relacionada con la artesanía, por ser la región en donde se introdujo esta técnica de elaboración, por lo que su nombre da origen a los productos que se fabrican en la misma. Además, su acabado, colorido y forma de presentación, resultan ser las características principales para determinar el origen y procedencia de esta artesanía.

Por todo lo anterior se procede a emitir la presente

#### RESOLUCION

PRIMERO.- Se otorga protección a la denominación de origen TALAVERA con la que se designa al producto artesanal que cumpla con las disposiciones legales aplicables y sea originario de la región geográfica denominada Zona de Talavera, que comprende a los distritos judiciales de Atlixco, Cholula, Puebla y Tecali, ubicados dentro de los límites geográficos de la entidad federativa de Puebla.

SEGUNDO.- El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial otorgará el derecho de uso de la Denominación de Origen protegida a las personas físicas o morales que reúnan los requisitos que establece el artículo 169 de la Ley de la Propiedad Industrial.

TERCERO.- El usuario autorizado de esta Denominación de Origen, únicamente podrá permitir el uso de ésta, cuando previamente se haya inscrito el convenio de autorización de uso a que se refiere el artículo 175 de la Ley de la Propiedad Industrial en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

CUARTO.- En ningún caso se usará esta Denominación de Origen con las marcas que el usuario autorizado no haya indicado en la solicitud respectiva o con posterioridad a la autorización de uso. El usuario autorizado está obligado a comunicar al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, previamente a su uso, las marcas que tenga registradas con esta Denominación de Origen.

Para el caso previsto en el artículo 175 de la Ley de la Propiedad Industrial, esta Denominación de Origen sólo podrá usarse acompañada de las marcas del usuario autorizado y que se establezcan en el convenio de autorización de uso, previa inscripción en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

QUINTO.- La Denominación de Origen sólo podrá usarse en aquellos productos que sean extraídos, producidos o elaborados, en el o los establecimientos donde realiza su actividad el usuario autorizado de acuerdo a lo que manifieste en su solicitud correspondiente, o bien, en los que determine posteriormente mediante escrito presentado ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. El usuario autorizado de esta Denominación de Origen no podrá permitir el uso de sus instalaciones o establecimientos a otro usuario autorizado o terceras personas para la extracción, producción o elaboración de los productos protegidos por



**SEXTO.-** Los convenios que celebre el usuario autorizado para permitir el uso de la Denominación de Origen, deberán cumplir con lo dispuesto en la Ley de la Propiedad Industrial y su Reglamento.

**SEPTIMO.-** El solicitante de la autorización de uso de la Denominación de Origen deberá probar fehacientemente, a juicio del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, mediante las pruebas que estime conveniente y las que le sean requeridas, que cumple cabalmente con los procesos de extracción, producción y elaboración del producto, tal y como se indica en la presente Declaración General de Protección, sin perjuicio de las normas oficiales emitidas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

**OCTAVO.-** Esta Resolución de protección de la denominación de origen podrá ser modificada, en su caso, de acuerdo con lo previsto en el artículo 166 de la Ley de la Propiedad Industrial, de oficio o a petición de parte interesada.

**NOVENO.-** La vigencia de la protección de la denominación de origen estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron y sólo dejará de surtir efectos por otra resolución que al efecto emita el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

**DECIMO.-** El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial por conducto de la Secretaría de Relaciones Exteriores, tramitará el registro internacional para su reconocimiento y protección en el extranjero, de conformidad con los tratados internacionales aplicables en la materia.

**DECIMOPRIMERO.-** Se deja sin efectos la resolución de protección de la denominación de origen Talavera de Puebla, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de marzo de 1995.

**DECIMOSEGUNDO.-** La presente Resolución se publicará en el Diario Oficial de la Federación y en la Gaceta de la Propiedad Industrial.

**DECIMOTERCERO.-** La presente Resolución surtirá sus efectos al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

México, D.F., a 1 de septiembre de 1997.- El Director General del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, **Jorge Amigo Castañeda**.- Rúbrica.

## SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

**CONCESION para usar comercialmente una estación de radiodifusión otorgada en favor de Arnoldo Cabada de la O.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Comunicaciones y Transportes.- Subsecretaría de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico.

**CONCESION PARA USAR COMERCIALMENTE UNA ESTACION DE RADIODIFUSION QUE OTORGA EL GOBIERNO FEDERAL, POR CONDUCTO DE LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, EN LO SUCESIVO LA SECRETARIA, EN FAVOR DE ARNOLDO CABADA DE LA O, EN LO SUCESIVO EL CONCESIONARIO, AL TENOR DE LOS SIGUIENTES ANTECEDENTES Y CONDICIONES**

### ANTECEDENTES

I. De conformidad con el artículo 17 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el día 23 de noviembre de 1993, el Acuerdo Secretarial que declaró susceptible de explotación comercial el canal 66 (782-788 MHz), en Mexicali, B.C., con distintivo de llamada XHILA-TV.

II. Con fecha 14 de abril de 1994, la Secretaría seleccionó la solicitud del Concesionario para la continuación de su trámite en términos del artículo 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión.

III. Habiéndose satisfecho los subsecuentes requisitos establecidos por los artículos 17, 19, y demás relativos de la Ley Federal de Radio y Televisión, y con fundamento en el artículo 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y 9o. fracción I de la Ley Federal de Radio y Televisión, la Secretaría otorga al Concesionario la presente Concesión para usar comercialmente una estación de radiodifusión, la que quedará sujeta a las siguientes



**Consideraciones generales para su llenado:**

- Este formato de solicitud debe llenarse preferentemente a máquina, no obstante podrá presentarse con letra de molde legible y su distribución es gratuita.
- Este formato de solicitud debe presentarse en original y copia (con firmas autógrafas).
- Sólo se recibirá el formato de solicitud debidamente requisitado y en idioma español.
- El formato de solicitud y sus documentos anexos deben presentarse en la Coordinación Departamental de Recepción y Control de Documentos de la Dirección Divisonal de Marcas del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con domicilio en Calle Arenal # 550, 2° Piso, Colonia Tepepan, Delegación Xochimilco, C.P. 16020, México, D.F., con horario de 8:45 a 16:00 horas de lunes a viernes o en la ventanilla de las Delegaciones o Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía u Oficinas Regionales del IMPI.
- Las solicitudes podrán remitirse por correo, servicios de mensajería u otros equivalentes, asimismo se podrán presentar por transmisión telefónica facsimilar en términos del artículo 5o. del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.
- Se autoriza la libre reproducción del presente formato, siempre y cuando no se altere.

**Trámite al que corresponde la forma:** - Denominación de Origen. B) Autorización para su uso.

**Número de Registro Federal de Trámites y Servicios:** IMPI-00-008

**Fecha de autorización de la forma por parte de la Dirección General Adjunta de Servicios de Apoyo del IMPI:** 9-V-03

**Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria:** 30-V-03

**Fundamento jurídico-administrativo:**

Ley de la Propiedad Industrial (D.O.F. 27-VI-91, reformas D.O.F. 2-VIII-94; 26-XII-97, 17-V-99) arts. 169 a 178.

Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial (D.O.F. 23-XI-94) art. 68.

Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el IMPI (D.O.F. 14-XII-94, reforma 22-III-99) art. 33 f. IV.

Acuerdo por el que se establecen los plazos máximos de respuesta a los trámites ante el IMPI (D.O.F. 10-XII-96) art. 3 f. VI.

Acuerdo por el que se da a conocer la tarifa por los servicios que presta el IMPI (D.O.F. 23-VIII-95; reformas 28-XII-95, 10-XII-96, 2-V-97, 4-V-98, 23-II-99, 11-X-00, 14-III-02 y 4-II-03) arts. 15, 15 a, 15 b y 15 c.

Acuerdo por el que se dan a conocer los horarios de trabajo del IMPI (D.O.F. 31-III-99) arts. 3 y 6.

**Documentos anexos:**

- Comprobante de pago de la tarifa correspondiente (original y copia).
- Documento que acredita la personalidad del apoderado (original o copia certificada), o en su caso, copia simple de la constancia del Registro General de Poderes de este Instituto.
- Copia certificada de la autorización de la Norma Oficial (NOM) expedida por la autoridad correspondiente, en su caso.
- Constancia que acredite el cumplimiento de la Norma Oficial Mexicana correspondiente (original o copia certificada).

**Tiempo de respuesta:**

- El plazo máximo de primera respuesta es de 4 meses. No aplica la positiva ni la negativa ficta.

**Número telefónico para quejas:**

Contraloría Interna en el IMPI 5624-04-12 ó 13 (directo)  
5624-04-00 (conmutador)  
Extensiones: 4628, 4629 y 4627 Fax: 56240437  
Correo electrónico buzón@impi.gob.mx

**Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos: 5480-20-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-00-14800 o desde Estados Unidos y Canadá al 1-888-594-3372.**

**Número telefónico del responsable del trámite para consultas:** 53-34-07-00, extensiones 5120 y 5124 o bien consultar la página en Internet: [www.impi.gob.mx](http://www.impi.gob.mx)

## Carta de Intención

Carta intención que celebran por una parte la Señora Ma. Del Socorro Salgado, como oferente y titular de la marca "LA TRADICIONAL DE SALGADO", misma que ampara la compraventa de dulces tradicionales de la ciudad de Celaya Guanajuato. Y por la otra parte:

Como solicitante, quien (s) manifiesta su intención de adquirir los derechos para operar una tienda ( ) o modulo ( ) para comercializar dulces tradicionales , bajo la marca y en el formato de franquicia "La tradicional Salgado" para ser operada en la ciudad de :

La solicitante acepta los siguientes puntos de acuerdo::

1.- Depositar la cantidad de \$20,000.00 ( Veinte Mil pesos 00/100 M.N.) o la cantidad que se señale en la presente si son dos a más franquicias, con el objeto de garantizar la intención y buena fe de adquirir los derechos de la franquicia en los términos pactados por las partes. Esta cifra tendrá carácter de *no reembolsable* de no concretarse la transacción.

2.-Para el caso de que la solicitud de franquicia haya sido aprobada y llegar a un acuerdo favorable por ambas partes, ésta cantidad será tomada a cuenta de la cuota inicial vigente al momento de la firma del Contrato de Franquicia y sus anexos. Se entiende para efectos prácticos que el depósito de referencia y la cuota inicial señaladas se refieren a cada franquicia solicitada, en caso de ser dos o más.

3.- Una vez firmada la presente, y realizado él depósito de referencia en la cuenta bancaria que le señale la oferente y lo compruebe con la ficha de depósito correspondiente, ésta hará llegar a su domicilio la COF, "Circular de Oferta de Franquicias," a la solicitante con el objeto de que conozca la solvencia moral, financiera y legal y pormenores de la operadora de la franquicia "LA TRADICIONAL DE SALGADO", tal como lo marca la ley y reglamento de la materia.

4.- La solicitante acepta haber sido informada con toda oportunidad de que la franquicia "LA TRADICIONAL DE SALGADO", iniciara formalmente sus operaciones en los próximos noventa días una vez que haya terminado el proceso de formato de franquicia que ha estado bajo la asesoría y supervisión de consultores expertos en la materia. Por tal motivo el Contrato de Franquicia y sus anexos, serán enviados a la solicitante en un plazo no mayor a 60 días como máximo. .

Para todos los efectos legales a que haya lugar las partes manifiestan la veracidad de lo aquí acordado , así como la buena fe de quienes en ella firman en la ciudad de México D.F., a los días del mes de del año 2004

LA OFERENTE:

LA SOLICITANTE

---

Sra. Ma. Del Socorro Salgado  
Titular de la marca y Franquicia  
Benito Juárez N0. 109 Nte. Tel 461 612-8706  
Celaya Gto.

**NOTA:** Por apertura de franquicia se mantendrá la oferta de \$20, 000.00 como cuota inicial solo durante la duración de la presente feria. A partir del próximo 15 de marzo del 2004, la oferente se reserva el derecho de fijar los montos de la cuota inicial..





	EN EL DÍA	
	PRONÓSTICO	
	OBTENIDO	
	DIFERENCIA	
Visitas		
Entrevistas		
Citas		
Pedidos		
Ventas		

### REPORTE DE TRABAJO

VENDEDOR \_\_\_\_\_ N° \_\_\_\_\_ DE \_\_\_\_\_ DE 19 \_\_\_\_\_

	EN EL DÍA	
	PRONÓSTICO	
	OBTENIDO	
	DIFERENCIA	
Visitas		
Entrevistas		
Citas		
Pedidos		
Ventas		

Nº	NOMBRE DEL PROSPECTO	DIRECCIÓN	RESULTADO	VENTA	GINSENG	VITAMINAS	SUPL. ALIM.	OBSERVACIONES	PRÓXIMA VISITA
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									

**PROSPECTACIÓN ADICIONAL**

Nº	NOMBRE DEL PROSPECTO	DIRECCIÓN	COLONIA	TELÉFONO	PRONÓSTICO	OBSERVACIONES

## MANUAL DEL PROVEEDOR

### SERVICIOS A PROVEEDORES

Esta pagina tiene como objeto brindarle a nuestros proveedores los principios básicos de nuestra organización, pues aquí parten los lineamientos fundamentales y filosóficos de nuestra acción, la cual contiene los aspectos más importantes relacionados con la negociación, entrega y pago de su mercancía.

Información a su disposición:

- Guía para nuestros proveedores.
- Consulta de pagos.
- Aclaración a proveedores.

Agradecemos aplique las recomendaciones que en esta pagina le hacemos para que se obtengan los beneficios que esperamos.

### CENTRO DE ATENCIÓN

Para efectos de presentación de catálogos, muestras, listas de precios, autorizaciones de productos y condiciones, contamos para su atención en los siguientes; Centros Administrativos:

#### a) Para la República Mexicana

Comercial Mexicana S.A. de C.V.  
Av. Adolfo López Mateos No. 201 Santa Cruz  
Acatlán Naucalpan, Edo. de México C.P.  
53140  
Teléfono: 53-71-71-11

#### b) Zona Occidente

Comercial Mexicana Guadalajara Américas  
(No. 29)  
Av. Américas No. 425  
Col. Ladrón de Guevara.  
Guadalajara, Jalisco C.P. 04500  
Teléfono: 6-75-64-74, 6-75-66-02 y 6-75-  
58-82 Lada 01-(3)

#### c) Zona Norte (Tijuana)

Comercial Mexicana Sucursal Río.  
Av. Paseos de los Héroes No. 95 C. Plaza Río.  
Tijuana Baja California C.P. 22320  
Teléfono: 84-08-66 Lada 01(66).

#### d) Zona Sureste

Comercial Mexicana Cancún III  
Libramiento Kabah Super Manzana 21, Manzana 4,  
Lote 2.  
Cancún Quintana Roo C.P. 77500  
Teléfono: 80-91-64 y 80-89-64 Lada 01 (98).

### INTEGRACIÓN A NUESTRO CATÁLOGO DE PROVEEDORES.

#### a) Requisitos que deberá entregar a su comprador:

Nombre o Razón Social.  
Domicilio :  
Fiscal.  
Centro de Distribución (Para Devoluciones de Mercancía)  
Teléfono y fax (Con clave Lada)

R.F.C. con Homoclave (Copia Fotostática)

Lista de artículos debe contener:

Código de origen asignado por AMECE (AMECOP)

- o Descripción de artículos (Marca y Dimensión)
- o Unidad de recibo.
- o Contenido Neto por Unidad de Recibo.
- Lista de precios.
- Nombre y puesto del Ejecutivo o Representante
- Número de Cuenta Bancaria y Sucursal o plaza del banco (BANAMEX o BANCOMER)

Para su integración al pago vía Electrónica donde autoriza que su pago se realice Transferencia de Fondos deberá presentar lo siguiente:

- Carta membretada en original.
- Cheque original cancelado.

### **b) Asignación del número de proveedor**

El Comprador correspondiente le asignará un número de identificación (Clave de Proveedor) el cual deberá tener presente para cualquier tramite de entrega de mercancía, pago por T.E.F., Aclaraciones de pago, etc.

Cualquier cambio en estos datos, deberá de notificar a su comprador evitando problemas posteriores.

## **NUESTRAS TIENDAS**

### **a) Clasificación de nuestras tiendas**

Nuestra cadena se clasifica en las siguientes Razones Sociales:

COMERCIAL MEXICANA S.A. DE C.V.  
SUPERMERCADOS S.A. DE C.V.

Domicilios Fiscales:

Av. Revolución No. 780 Modulo 2  
Col. San Juan  
Del. Benito Juárez  
D.F. C.P. 03730

Registro Federal:

CME-870331-AZ2  
SME-880503-UG4

### **b) Tipos de tiendas**

Dentro de Comercial Mexicana se cuenta con tres tipos de Tienda, que son:

- TIENDA COMERCIAL MEXICANA.
- MEGA COMERCIAL MEXICANA.
- BODEGA COMERCIAL MEXICANA.

### **c) Centro de almacenamiento y distribución**



Contamos con Centros de Almacenamiento y Distribución, los cuales se encuentran ubicados en las siguientes direcciones:

**DISTRIBUIDORA COMERSA S.A. DE C.V.**

- Calz. Vallejo 980 Col. Industrial Vallejo, México D.F. C.P. 02300. R.F.C. DCO-890227-LMO
- Narciso Mendoza S/N Predio la Palma Barrio san Mateo Iztacalco Cuautitlán de Romero Rubio, Estado de México, C.P. 54850.
- Av. Gobernador Curiel No. 3413, Col. El Manantial Guadalajara Jalisco, C.P. 44970. R.F.C. DCO-890227-LMO

**DISTRICOMEX S.A. DE C.V. (Importación)**

- Narciso Mendoza S/N Predio la Palma Barrio san Mateo Iztacalco Cuautitlán de Romero Rubio, Estado de México, C.P. 54850. R.F.C. DIS-900509-2VO

**DISTRICOMEX, S.A. C.V. (ZONA NORTE)**

- Comercial Mexicana Sucursal Carrusel Boulevard Díaz Ordaz No. 15602, Col. La Meza, C.P. 22450 Baja California Norte. R.F.C. DIS-900509-2VO

## REQUISITOS DE FACTURACIÓN

### a) Datos que debe contener la factura para la entrega de mercancía

La factura deberá contener los siguientes requisitos:

- Razón Social.
- Domicilio Fiscal Completo.
- Registro Federal de Contribuyentes.
- Número de factura.
- Nombre y Domicilio de la Sucursal a donde se embarca la mercancía.
- Cantidad y descripción de la mercancía.
- Código de Barra de los artículos (AMECE).
- Precio unitario de cada artículo, de acuerdo a la unidad de recibo.
- Traslado de IVA cuando corresponda.
- Traslado de IEPS cuando proceda.
- Impresión del timbre Fiscal de la cédula del R.F.C.
- Registro de la Secretaría de Salud (Cuando se requiera)
- Indicar el importe total de la factura en número y letra.
- Leyenda "La reproducción no autorizada de este comprobante constituye un delito en los términos de la disposición Fiscal" (datos del impresor)
- Vigencia de la factura 2 años (fecha de impresión y caducidad). Están exentos de vigencia impresa, aquellos Proveedores que estén autorizados a imprimir sus propias facturas.
- Estar facturada a nombre de algunas de las siguientes Compañías según sea el caso:
  - Comercial Mexicana, S.A. de C.V.
  - Supermercados, S.A. de C.V.
  - Distribuidora Comersa, S.A de C.V.
  - Districomex, S.A. de C.V. (solo Importación)

Con Domicilio Fiscal para todas:





- Recibo de Abarrotes y Perecederos.
- Recibo de Líneas Generales y Ropa.

En las Tiendas de SUMESA únicamente se cuenta con un área de recibo.  
Es importante señalar que usted deberá presentar original y dos copias de su factura para la recepción de mercancía, ya sea en tiendas, bodegas ó almacenes.

### **b) Proveedores Foráneos**

El procedimiento para la entrega de mercancía a través de línea transportista es el siguiente:

- Envíe su mercancía con flete pagado (En la Tienda no pagamos Flete)
- Su mercancía deberá de ir bien flejada ó atada.
- Asegure que el servicio de la entrega sea al domicilio de la Tienda y que el talón de embarque se presente en original y copia.
- Envíe el original de su factura y el Pedido autorizado dentro de la caja o bulto y señale en el exterior con letras de gran tamaño y color visible " Aquí va la factura".
- Al transportista se le sellará de Sujeto a Revisión en el talón de embarque o documento de entrega.
- Se circulará la cantidad de cajas, bultos o peso recibida en el original y copia del talón.
- Si existen diferencias se realizarán las correcciones y se anotarán las cantidades correctas, así mismo se solicitará la firma del transportista en ambos tantos del documento.
- Realizado lo anterior, se estampara en el frente de ambos tantos los sellos de sujeto a revisión y con letra y número de cajas y peso recibido; Firmando el personal de recibo en ambos tantos, entregando el original a su transportista.
- Es importante que verifique que su mercancía coincida con lo facturado y lo indicado en el pedido fincado previamente en el área de Compras o por Tienda
- En tanto que la mercancía foránea esta sujeta a revisión, si existiera alguna diferencia le será descontada en sus pagos, por esta razón la importancia del punto anterior.

### **c) Proveedores que entregan mercancía por Almacenes**

Entrega de su mercancía en un centro de distribución, para suministrar a cada una de nuestras sucursales debiendo de cubrir los siguientes requisitos:

Mercancía que Factura al Almacén de Cuautitlán:

1. Deberá de entregar Original de la factura y 2 copias.
2. Facture a nombre del almacén.
3. Entregue copia de nuestro pedido de Compras o de la orden de Compras.
4. La mercancía se recibe por bulto, caja ó empaque, circulando las cantidades recibidas.
5. Su mercancía deberá de venir en tarimas de 40x48"
6. Se le entregará como comprobante copia de su factura con las cantidades circuladas y folio en el momento del recibo.
7. El recibo de sus mercancías será a través de citas, por lo que no se recibirán proveedores que no cuenten con la misma.
8. Deberá de entregar su mercancía dentro de la vigencia establecida, mínimo 10 días antes de la terminación del pedido.
9. Nuestro sistema tomará como base del recibo el pedido vigente para la generación de su pago.

10. Deberá de entregar el total de la mercancía facturada.

Entrega de mercancía al almacén para su distribución a Sucursales:

1. Deberá de enviar Original de la factura y 2 copias.
2. Facture a nombre de la Sucursal.
3. La mercancía se recibe por caja, empaque ó bulto.
4. Deberá de enviar su mercancía dentro de la vigencia del pedido, respetando la fecha del mismo. Evite devoluciones de tienda y costos de transportes innecesarios.
5. Nuestro sistema tomará como base para el pago la fecha de recibo en sucursal, así como las condiciones del pedido vigente con el que fue entregada la mercancía.
6. Se le entregará como comprobante copia de la factura con sello de recibido indicando el número de cajas o bultos y peso de lo recibido, así como un folio del control de envío.
7. Cada Caja, bulto ó empaque debe indicar en su exterior lo siguiente:
  - Destino y número de tienda.
  - Descripción de la mercancía
  - Indicación del manejo de la mercancía. (frágil y su estiba)
  - Flejado ó sellado correcto de sus cajas o bultos, evitando la violación de las mismas.
  - Asegúrese de que el empaque resista el peso de la mercancía que contiene.

El cobro del flete lo determinará el área de Compras aplicándose en los pagos próximos.

No se aceptan pagos de fletes en los centros de distribución.

**HORARIO DE RECIBO:**

DIA	HORARIO	ALMACÉN
Lunes a Sábado	08:00a.m.-13:00p.m. 14:00p.m.-16:00p.m.	Narciso Mendoza S/N Predio la Palma Barrio San Mateo Iztacalco Cuautitlán de R.R. Edo. de México C.P. 54850

**HORARIO DE CITAS:**

Srtia. Guadalupe Rueda  
Lunes a Sábado de 08:00 a.m. a 12:00 p.m.  
Tel 53-71-71-23; 71-24; 71-25.

**RESPONSABLES:**

- S Almacén de Importación (87)  
Sr. Jorge Sandoval Ext. 1196
- 1. S Almacén de Líneas Generales (90).  
Sr. Juan Álvarez Ext. 1197
- 2. S Almacén Marca Propia (91).  
Sr. Julio López Ext. 1195
- 3. S Almacén de Básicos (99).  
Sr. Margarito Reyes Ext. 1194
- 4. S Almacén Farmacia (122)  
Srita. Alma Isela Ortíz Ext. 7127
- 5. **Sr. José Luis Castillo**  
**Tel. 53-71-71-21**



Mercancía que Factura al almacén de Vallejo (Perecederos):

1. Deberá de entregar Original de la factura y 2 copias.
2. Facture a nombre del almacén.
3. Entregue copia de nuestro pedido de Compras o de la orden de Compras.
4. Presente correctamente la documentación de los productos.
5. Se le entregará como comprobante copia de su factura con las cantidades circuladas y folio en el momento del recibo.
6. Deberá de confirmar la entrega de su producto un día antes.
7. Identificación con fotografía del Transportista que lleva los productos.
8. La descarga en andén es responsabilidad del proveedor.
9. Los márgenes de Control de calidad aceptados estarán notificados al proveedor y/o representante.
10. Su producto deberá venir en tarimas de 1.0 x 1.10 mts. y debidamente emplallada su estiba.
11. Los productos en cajas se deberán entregar en buen estado, cerradas y bien flejadas.

Productos manejados en el Almacén:

- Frutas y Verduras.
- Carne en Canal.
- Vísceras y Congelados.
- Pescados y Mariscos.
- Salchichonería y Lácteos.
- Azúcar.

Aspectos Técnicos que debe de Considerar para la entrega de sus productos en Nuestras diferentes áreas:

#### FRUTAS Y VERDURAS

1. Por prioridad se recibirán los productos del pedido del día.
2. Los productos que se encuentran ofertados bajo confirmación de Compras.
3. La descarga deberá sujetarse a los tiempos y a la cantidad de personal autorizado (de acuerdo a la tabla por tipo de vehículo).
4. Unidades de transporte con termo deberán mantener la temperatura entre 5°C a 8°C.
5. El horario de recibo es el siguiente:

DÍA	HORARIO	ENTRADA
Lunes	6:00 a.m. - 6:00 p.m.	Caseta # 5
Martes: Pedido de línea Adelanto de mercancía	5:00 a.m. - 11:30 a.m. 11:30 a.m. - 15:00 p.m.	Caseta # 5
Miércoles, Jueves, Viernes y Sábado.	6:00 a.m. - 2:00 p.m.	Caseta # 5
Domingo	6:00 a.m. - 13:00 p.m.	Caseta # 5

UBICACIÓN DE ENTRADA:

Caseta # 5: Av. Poniente 140 s/n (Eje 5 Norte) altura del tanque elevado Tel. 53-71-86-90

#### CARNE EN CANAL:

1. Entregue la guía Fitosanitario del producto.
2. Mostrar el marchamo sin ninguna alteración.
3. Temperatura dentro de la caja de -5°C



4. Entrega la carne en canal con ganchos.
5. Horario de Recibo

DIA	HORARIO	ENTRADA
Lunes a Sábado	5:30 a.m. - 10:00 a.m. fuera del horario con autorización	Caseta # 4 Av. Poniente 140 s/n (Eje 5 Norte) tel. 53-71-86-90

**VISCERAS Y CONGELADOS:**

1. Entregue la guía Fitosanitario del producto y si es importación su pedimento Aduanal.
2. Mostrar el marchamo sin ninguna alteración.
3. Temperatura dentro de la caja -5°C.
4. Horario de recibo:

DIA	HORARIO	ENTRADA
Lunes a Sábado	6:00 a.m. - 13:00 p.m.	Caseta # 5 Av. Poniente 140 s/n (Eje 5 Norte) altura tanque elevado, tel. 53-71-86-90

**PESCADOS Y MARISCOS:**

1. Mostrar el marchamo sin ninguna alteración.
2. Las cajas deben estar correctamente limpias.
3. El producto fresco debe presentar una capa de hielo
4. El producto debe venir entarimado.
5. Horario de recibo:

DIA	HORARIO	ENTRADA
Lunes a Sábado	9:00 a.m. - 11:00 a.m.	Caseta # 5 Av. Poniente 140 s/n (Eje 5 Norte) altura tanque elevado, tel. 53-71-86-90

**SALCHICHONERIA Y LACTEOS:**

1. Temperatura dentro de la caja 5°C.
2. Cajas del producto en buen estado, cerradas y bien flejadas.
3. En tarimas de 1.0 X 1.10 mts. y emplallada.
4. Los productos al vacío con sellos visibles.

DIA	HORARIO	ENTRADA
Lunes a Viernes	7:00 a.m. - 11:00 a.m.	Caseta # 5 Av. Poniente 140 s/n (Eje 5 Norte) altura tanque elevado, tel. 53-71-86-90

**AZUCAR:**

1. Los costales deben venir sin ninguna ruptura.
2. La descarga es por cuenta del proveedor
3. Horario de entrega:

DÍA	HORARIO	ENTRADA
Lunes, Miércoles, Jueves, Viernes y Sábado	10:00 a.m. - 14:00 p.m.	Caseta # 4 Av. Poniente 140 s/n (Eje 5 Norte), tel. 53-71- 86-90

**RESPONSABLE:**

- Frutas y Verduras:  
Lic. Enrique Galindo T.  
Horario de Atención: Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 17:00 p.m.  
Sábado de 09:00 a.m. a 14:00 p.m.  
Tel. 53-71-86-71 y 53-71-86-57
- Producción:  
Ing. Rubén Samaniego H.  
Horario de Atención: Lunes a Viernes de 06:00 a.m. a 15:00 p.m.  
Sábado de 06:00 a.m. a 14:00 p.m.  
Tel. 53-71-86-43 y 53-71-86-44
- Gerencia de Perecederos  
Ing. Mario Barranco F.  
Horario de Atención: Lunes a Viernes de 09:00 a.m. a 18:00 p.m.  
Sábado de 10:00 a.m. a 13:30 p.m.  
Tel. 53-71-86-74 y 53-71-86-47  
E-Mail: [mbarran@mail.comerci.com.mx](mailto:mbarran@mail.comerci.com.mx)

**SISTEMA DE RECIBO DE MERCANCIA EN TIENDA**

**a)** Recibo de mercancía en forma automática (Pistola de radio frecuencia) el cual permite que el sistema localice, los pedidos vigentes para su recibo

**b)** La mercancía que se recibe estando vencida su vigencia de entrega, estará sujeta a devolución inmediatamente.

**c)** Existe un doble conteo de mercancía de manera simultanea por parte del personal de recibo de tienda para la validación de la correcta recepción, ya que el cuadraje de ambos conteos se realiza en forma automática.

**d)** El sistema en forma automática asignará el folio de entrada y la emisión del acuse. El acuse de recibo que se entregará contendrá la descripción del artículo y cantidades recibidas.

Es importante mencionar que no se entregara ningún documento a su representante, hasta que se le proporcione su tanto de la factura junto con el acuse de recibo correspondiente. El acuse deberá de ser firmado tanto por personal de nuestra Bodega como por su representante ó transportista de conformidad con la mercancía entregada.

**e)** En caso de surtido parcial, el sistema tratará de agotar los pedidos pendientes cuya fecha de entrega este vigente.

**f)** En caso de existir alguna diferencia en el recibo de mercancía Usted tendrá 10 días para aclarar la misma con la sucursal ( entregas directas).

## DEVOLUCIÓN DE MERCANCIA

### a) Políticas

Las devoluciones se llevarán a cabo, según el acuerdo que Usted haya tenido con nuestro comprador.

1) Si Usted acepta devoluciones de mercancía, la tienda elaborará un aviso de cargo por los siguientes conceptos:

**1.- Mercancía Fuera de Temporada**

Por duplicidad en pedidos  
Por descatalogación de artículos  
Por no efectuar cambio físico  
Mercancía entregada fuera de vigencia

**2.- Mercancía Caducada**

Mercancía caducada

**3.- Devoluciones Programadas**

Devolución programada por compras  
Por negociación con representante  
Por autorización de compras

**4.- Mercancía Defectuosa**

Por no sujetarse a las especificaciones  
Medidas incorrectas  
Mercancía defectuosa

2) El descuento de sus devoluciones se determina con base en el documento vigente en la fecha en que se elabore la devolución (catálogo), invariablemente de los costos que estuvieron vigentes en el momento del recibo.

3) El aviso de devolución de mercancía se publicará en el portal del proveedor a las 72 hrs. de elaborado por la Sucursal, a nivel detalle y costeadada (código, descripción, motivo, cantidad y costo).

4) El plazo para recoger sus devoluciones de mercancía, será de 32 días naturales en mercancía de Líneas Generales, Ropa y Abarrotes y de 10 días naturales para mercancía perecedera, a partir de la fecha de emisión del Aviso de Cargo

5) Si al término del plazo establecido aún no ha pasado por la misma, se dispondrá de ella, por parte de la Sucursal.

6) El proveedor será responsable de recoger su mercancía a través de sus propios medios conforme a lo siguiente

- El proveedor determina al transportista que traslada la mercancía.
- El representante del proveedor o su transportista, debe de presentarse a la sucursal con la hoja membreteada del proveedor, la cual indica el folio o folios que corresponden a la devolución de la mercancía, y en el mismo memorándum debe contener la fotocopia del IFE, licencia de automovilista o identificación de la empresa con fotografía y firma de la persona que recoge la mercancía.



- Se podrán tramitar con la Subdirección de Administración y Procesos de Compras una carta de presentación abierta, para que no sea necesario presentar memorándum cada vez que acudan a la sucursal.
- La Sucursal mantendrá un archivo de carta abierta, para consultar cuando el proveedor o transportista se presenten a recoger su mercancía de devolución.
- Los proveedores o transportistas que cuenten con carta abierta de presentación, invariablemente deberán entregar fotocopia de su identificación.
- El proveedor o transportista que no cumpla con estos requisitos, no le será entregada la mercancía a devolver, considerando que el tiempo de la devolución seguirá corriendo normalmente.
- De las devoluciones que se generen en tienda, les tendremos informados por medio de la página de Provecomer en Internet.
- Para mayor información favor de comunicarse al teléfono 52 70 95 57 ó 95 26

7) Elaborado el aviso de cargo el importe se le descontará en su pago más próximo

8) Si Usted es proveedor que maneja sus devoluciones con el sistema de "cambio", evite que su nota de cambio se convierta en aviso de cargo, sustituya los artículos antes de 20 días, en salchichonería y lácteos antes de 8 días

## SISTEMA DE COSTEO DE FACTURAS

### a) Condiciones para costeo de su factura

- El Grupo Comercial Mexicana reconoce como válido los costos y condiciones de compras pactados con nuestro Comprador y cuya aceptación se haya plasmado en el catálogo, pedido y boletín de oferta. Por lo que no reconoce ningún otro documento para la base de costeo del documento.
- Los costos, descuentos y plazo con que el Grupo Comercial Mexicana paga las facturas de nuestros proveedores se determina con base a la fecha de las condiciones vigente del documento.
- La mercancía solicitada por sucursales la pagaremos con base en los costos y condiciones que estén vigentes en la fecha en que elaboramos el pedido, independientemente de la fecha en que Usted entregue la mercancía y que haya variado la misma.
- Los pedidos elaborados por compras, los pagaremos con base a los costos y condiciones del documento pactadas con Usted.
- En caso de que facture mercancía a precio de línea y se detecta que existe un pedido de oferta con fecha vigente, se tomará la condición de oferta para su pago.

### b) Agotamiento de Pedido

Los pedidos que elabore el Comprador con cantidades deberán de ser surtidos en su totalidad dentro de la vigencia establecida, a partir de la fecha inicial todas sus entregas serán recibidas con base al pedido en orden cronológico hasta agotar las cantidades pedidas, considerando para su pago las condiciones vigentes en la fecha en que se fincó el pedido.

Si se cumple la fecha final del pedido y la cantidad no fue surtida totalmente, le seguiremos recibiendo sus entregas con este pedido hasta completar la cantidad pedida, y su pago se realizará con base a los costos y condiciones del pedido fincado, sin importar la fecha en que Usted surta la mercancía.



### **c) Día de Corte**

El pago de sus facturas se realizará con base a cierto día de la semana especificado por el comprador, y el cual se tomará como fecha de corte para su liquidación de todo lo recibido hasta ese día y será igual a su fecha de vencimiento. Aplica para aquellos proveedores que entregan diario a las Sucursales.

Ejemplo : Si tiene pactado con Usted, el día de pago miércoles nuestro sistema agrupará todo lo recibido en las Sucursales del jueves hasta el miércoles que haya vencido y generará su pago con fecha de corte al día miércoles.

### **d) Fecha de Vencimiento Calculada de Acuerdo a Días Naturales**

La fecha de vencimiento es calculada a partir del día en que se le asigno folio a su mercancía en nuestras sucursales, aplicándole los días de plazo negociado con el comprador. Considerando los días Naturales se calculará la fecha de vencimientos de sus facturas para pago.

### **e) Mezcla de Plazos en una misma Factura**

Deberá de facturar de acuerdo a los pedidos negociado con nuestro Comprador, en el caso en que Usted decida facturarnos con mezcla de plazo en una misma factura, el sistema le calculará su fecha de vencimiento de pago de acuerdo al plazo mayor registrado en nuestras condiciones.

### **f) Mezcla de Precios de Costos de Oferta**

El Grupo Comercial Mexicana reconoce como valido la fecha de asignación de folio de la factura en la sucursal, así como los costos de los pedidos fincados en los que se agotará cantidades para su liquidación, pero si se detecta condiciones de oferta vigente mejores a las que existe a la fecha de recibo de la mercancía nuestro sistema tomará como base éste para el pago de su factura.

## **PAGOS DE FACTURAS**

### **a ) Pago por transferencia electrónica de fondos.**

Nuestra compañía tiene la política de pagar a nuestros proveedores a través de Transferencia Electrónica de Fondos, permitiendo abonar a su cuenta de cheques previamente proporcionada por Usted a nuestro comprador.

#### **BENEFICIOS:**

Este servicio tiene como propósito el simplificar los tramites de pago, así como la disponibilidad inmediata de sus cobros mediante la cuenta de cheques.

No será necesario que usted ó su personal acudan a nuestras oficinas a recoger el pago de sus mercancías.

El pago de sus facturas se realizará mediante los siguientes Bancos autorizados:



BANCO NACIONAL DE MEXICO, S.A. (BANAMEX)  
BBVA-BANCOMER, S.A.

El Banco informará a través de su estado de cuenta los abonos efectuados por el Grupo Comercial Mexicana.

Su **desglose de pago será publicado por Internet 48 hrs.** antes de su depósito

**Nota: Es importante recordarle que el plazo para el cobro de sus facturas comienza a partir de la fecha en que le fue asignado el folio de entrada.**

#### **b ) Altas o cambio de cuentas bancarias:**

Para utilizar este sistema, es indispensable que Usted le proporcione a su Comprador los datos correspondientes ( por escrito en hoja membretada ):

- No. de Proveedor.
- Institución Bancaria.
- No. de Cuenta Bancaria.
- No. de Sucursal.

Para el cambio de Cuenta Bancaria deberá de realizar el trámite con su Comprador correspondiente, reuniendo los siguientes requisitos:

- Carta membretada de su Empresa.
- Llenado del formato que entrega Compras.
- Cheque original cancelado.

También lo puede realizar mandando su información vía e-mail a la siguiente dirección :

despinoz@mail.comerci.com.mx

Nota : Usted podrá proporcionar a su Comprador su cuenta clabe para su registro en el sistema de pagos.

#### **c ) Día de pago:**

De acuerdo al plazo convenido con el comprador, la fecha de corte del desglose será el día en que corresponde su pago, liquidándose vía Transferencia Electrónica de Fondos.

El Grupo Comercial Mexicana realizará los depósitos de Lunes a Viernes correspondiendo a Usted un día específico de pago.

#### **d ) Envío de desglose de pago:**

El envío de la documentación tiene la finalidad de que Usted reciba el pago oportuno de sus facturas en su Empresa, Negocio u Oficina, evitando así el desplazamiento a nuestras oficinas.

Usted podrá consultar el desglose en nuestro portal 48 Hrs. antes de que realicemos su pago.

Recuerde que el envío del comprobante fiscales se realizará por medio de mensajería especializada una vez al mes, así mismo podrá obtener por INTERNET el reportes de sus notas de cargo y crédito a las 48 hrs. de haberse elaborado su pago.

Es importante que Usted confirme su domicilio para el envío de correspondencia directamente en el **portal de provecomer (INTERNET)** ó a través del departamento de Atención a proveedores que se encuentra ubicado en Calzada Vallejo No. 980, Col. Industrial Vallejo C.P. 02300, Del. Azcapotzalco, México D.F., conteniendo los siguientes datos:

Carta membretada de su compañía.  
Razón Social y No. de Proveedor.  
Domicilio completo.  
Teléfono y Fax (Es importante anote su No. de Fax)  
Persona responsable de recibir la correspondencia.

Es responsabilidad de Usted actualizar sus datos, cada vez que efectúe algún cambio.

Nota: Le sugerimos para su comodidad actualizar sus datos por INTERNET.

### e ) Datos que contiene el desglose de pago.

Las claves del detalle de las liquidaciones y de los descuentos que aparecen en los desgloses de pago son los siguientes:

TIPO DE DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
01	Entrada de mercancía
02	Devolución
03	Nota de cargo
04	Rentas de espacio
10	Rapel (entrada)
11	Rapel (devolución)
16	Nota de crédito
18	Ajuste de cargo
19	Ajuste crédito
20	Bonificación promocional (entrada)
21	Bonificación promocional (devolución)
22	No devolución (entrada)
23	No devolución (devolución)
24	Aportación publicitaria (entrada)
25	Aportación publicitaria (devolución)
28	Daymon (entrada)
29	Daymon (devolución)
30	Descuento adicional por nota de cargo (entrada)
31	Descuento adicional por nota de cargo (devolución)
40	Aportación por Inventario y Venta
41	Diferencia en Negociación Auchan
42	Aportación Demostradora
43	Descuento especial Auchan
44	Descuento Lógico
51	Cancelación de entrada
52	Cancelación de devolución
53	Cancelación nota de cargo

54	Cancelación renta de espacio
60	Cancelación rapel (entrada)
61	Cancelación rapel (devolucion)
66	Cancelación nota de crédito
68	Cancelación ajuste cargo
69	Cancelación ajuste crédito
70	Cancelación bonificación promocional (entrada)
71	Cancelación bonificación promocional (devolucion)
72	Cancelación no devolución (entrada)
73	Cancelación no devolución (devolución)
74	Cancelación aportación publicitaria (entrada)
75	Cancelación aportación publicitaria (devolución)
78	Cancelación daymon (entrada)
79	Cancelación daymon (devolución)
80	Cancelación descuento adicional nota cargo (entrada)
81	Cancelación descuento adicional nota cargo (devolución)

La descripción de los claves de los tipos de Emisores que se aplican en sus desgloses de pago, son las siguientes:

TIPO DE EMISOR	DESCRIPCIÓN
01	Entrada de tienda
02	Entrada abarrotes
03	Entrada consumos internos
04	Valuación
05	Devoluciones
10	Notas de Compras
11	Compras automático
13	Contabilidad provincia
14	Sistemas
15	Devoluciones Sima
19	Egresos aplicación automática
20	Fletes y distribución de mercancía
23	Contraloría
26	Egresos aplicación manual
27	Proveedor ventas por catalogo
28	Contabilidad almacenes
29	Almacenes frutas y verduras
30	Espacios promocionales
31	Mercaderías
42	Fletes Controlaría
44	Renta de espacios

#### **f ) Pago anticipado con documento electrónico (Letra de cambio)**

Este servicio tiene el propósito de que Usted tenga la posibilidad de recibir pagos anticipados de manera automática.

Para su alta deberá sujetarse a las siguientes disposiciones:

Negocie con su comprador una solicitud de pago anticipado con documento electrónico.

El comprador fijará un porcentaje de Aforo. (Reserva)





Deberá elaborar y firmar una carta responsiva, la cual le será entregada en el área de Compras.

Copia de identificación del representante legal.

Entregar copia del acta Constitutiva.

Se documentará con base en los pasivos existentes.

Deberá de afiliarse al programa de Cadenas Productivas (Nafin) 01 800 nafinsa

Deberá de establecer negociación con las Instituciones de Factoraje, para la operación que se derive del descuento del documento electrónico.

#### **INSTITUCIÓN.**

- FACTORAJE HELLER FINANCIAL
  - FACTORAJE MIFEL.
  - FIDEICOMISO AAA (Comercial Mexicana) 52-70-93-26
  - FACTOR BAJIO
  - FACTORAJE SANTANDER
  - FACTORAJE BANAMEX
- 
- Los desgloses serán publicados en el portal de provecomer 24 Hrs. después de haberse emitido el documento a nivel detalle.
  - La publicación de las letras serán los día Martes para el área de Líneas Generales, Ropa y Abarrotes, para el área de Perecederos Martes y Jueves
  - El monto de su letra electrónica deberá ser descontar en el portal de Nacional Financiera: **www.nafin.com**
  - Al vencimiento del documento Grupo Comercial Mexicana realizará el pago a través de transferencia de fondos al intermediario financiero con quien opero su letra electrónica.
  - En caso de no ceder la letra electrónica a ningún factoraje, este será cancelado a las 96 Hrs. de haberse emitido.
  - Los aforos, serán abonados al vencimiento en su cuenta de cheques de acuerdo al día asignado de pago.
  - Si requiere de mayor información o tiene duda tendrá que presentarse en el área de Atención a Proveedores oficinas Vallejo.

#### **g ) Entrega de cheque (Por excepción)**

El pago con cheque se efectuará en nuestras oficinas de la Ciudad de México, presentando su credencial de cobro autorizada, en caso de no contar con su credencial de cobro deberá de presentar su acta constitutiva con sello de registro de comercio, identificación oficial IFE y el poder para realizar el cobro del cheque.

Los cheques por excepción serán entregados en nuestra caja general de oficinas Vallejo, únicamente en el horario de 9:00 a 12:00 Hrs

Todo cheque para su pago será nominativo y no negociable.

#### **ACLARACIÓN SOBRE PAGOS O DESCUENTOS**

Grupo Comercial Mexicana cuenta con un departamento de Aclaraciones. En este departamento atendemos todas sus reclamaciones por concepto de diferencias en pago ó facturas vencidas no pagadas a nivel Nacional en nuestras Oficinas Corporativas de Vallejo.

Le recordamos que ningún departamento ó empleado ajeno a Aclaraciones esta facultado para atenderles, si lo hubiera tomaremos su aclaración como no recibida, las reclamaciones las atenderemos de acuerdo a:

### a) Domicilio y horario de recepción

Las aclaraciones deberán ser entregadas en el departamento de atención a proveedores, por medio de una solicitud de reclamación por escrito, la cual se recibirá en las Ventanillas y se proporcionará un número de folio, sello, nombre y firma del personal de aclaraciones, en algunos casos la respuesta será de inmediato en Ventanilla, Usted podrá presentar su documentación en :

#### 1. OFICINAS CORPORATIVAS DE VALLEJO.

CALZ. VALLEJO No. 980, COL. INDUSTRIAL  
VALLEJO, C.P. 02300 MEXICO, D.F.  
DELG. ATZCAPOZALCO. TEL. 53-71-86-61, 85-04, 85-37 Y 86-96.  
FAX 53-71-86-35

2. Los días y horarios en que recibimos su documentación para presentar aclaraciones son:

DIAS	HORARIO
LUNES, MIERCOLES Y JUEVES.	9:00 A 12:00 HRS. Y 14:30 A 16:30 HRS.

3. Le recordamos que el importe mínimo para reclamar por documento es de \$ 150.00

4. Los proveedores que entreguen mercancía con remisión, tendrán que presentar su factura original en nuestras oficinas antes mencionadas, con su desglose correspondiente para la generación del pago.

5. No se aceptan reclamaciones vía Fax o Telefónicas.

6. Es importante que identifique el motivo de su aclaración:

- Facturas vencidas no pagadas.
- Diferencias en pago.
- Verifique las operaciones aritméticas.
- Devoluciones de mercancía.
- Descuentos aplicados

## HORARIO DE CAJA GENERAL

### PAGO DE CHEQUE (POR EXCEPCION)

MARTES O VIERNES DE 9:00 A 12:00 HRS.  
(PREVIA PRESENTACION DE CREDENCIAL DE COBRO)  
DESPUES DE ESTE HORARIO NO SE ENTREGARA NINGUN PAGO.

# BIBLIOGRAFÍA

- CARREÑO, DE MALDONADO, Abigaíl, *Imagen de Celaya*, tercera edición, Celaya Gto.,1999, P.P. 252
- GAROFALO, Gene, *Guía Práctica para Ventas y Marketing*, editorial Prentice-Hall, primera edición, México, 2000, P.P. 416
- G. DE CÉSPEDES, Pedro, *Compendio de Organización del Vendedor*, segunda impresión, México, D.F.1966, P.P. 51
- LLAMAS, José María, *Estructura Científica de la Venta*, Editorial Limusa, Noriega editores S.A de C.V, México 1994, P.P. 451
- MOLINA, AZNAR, Víctor E, *El vendedor profesional*, editorial ISEF.

- MÜNCH,GALINDO y GARCIA MARTINEZ, **Fundamentos de Administración**, editorial Trillas, 5 edición, México,1990, P.P. 700
- ZAMARRONI ARROYO, Rafael, **Celaya tres Siglos de su Historia**, Editora mexicana de Periódicos, Libros y Revistas, S.A., México 1975, P.P.800.

## OTRAS FUENTES

- [www.méxicodesconocido.com.mx](http://www.méxicodesconocido.com.mx)
- [www.correodelmaestro.com](http://www.correodelmaestro.com)
- [www.grupo reforma.com](http://www.grupo reforma.com)
- [www.terra.com.mx](http://www.terra.com.mx)
  
- [www.guanajuato.gob.mx](http://www.guanajuato.gob.mx)
- [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx)
- [www.impi.gob.mx](http://www.impi.gob.mx)
- [www.franquicias.com](http://www.franquicias.com)
  
- Información del archivo de la empresa Cajetera **La Tradicional de Salgado** Celaya Gto., 22 de julio del 2003.

- GARCIA PELAYO, Ramón, GROSS, Diccionario Usual, octava edición, Larousse,1998.
- Información del manual del **Centro de Desarrollo Personal y Empresarial S.A. de C.V.**, Av. Niños Héroe No. 2804 Int.1 Guadalajara Jalisco.