



Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

**“Estrategias para la competitividad del sector artesanal de México:
alternativa para un mejor aprovechamiento del TLCUEM”**

T e s i s

Que para optar por el grado de:

Maestra en Administración

Presenta:

Cintia Mendoza Mendoza

Tutor:

Dra. Rosalina Báez Martínez
Facultad de Contaduría y Administración

Ciudad de México, febrero de 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS:

Después de un largo y difícil camino se concluye una relevante etapa de mi vida y por ello la importancia de detenerme a meditar y agradecer a aquellas personas que han influido directa e indirectamente en la misma:

*Agradezco a mi ángel de la guardia por cuidarme en cada paso que doy.
Agradezco a mi mamá por ser esa persona especial en mi vida y por la que estoy aquí, sin duda ella únicamente sabe lo que eso significa.*

*Agradezco a mi hermana por su eterna compañía, consejos y apoyo.
Agradezco a mi hermano quien pese a que es menor que yo, es maduro y sabe tener buenos consejos y por aguantar mis berrinches.*

Agradezco a mi mejor amiga Lupita por siempre estar ahí como una grandiosa amiga y ser humano que es, por inyectar esos ánimos en los momentos necesarios.

Agradezco a Satúl por ser esa persona especial que me ha brindado su apoyo, cariño y comprensión. Así mismo gracias a tú hermosa familia.

Agradezco a mi alma máter, la UNAM por contribuir a mi formación profesional.

Agradezco especialmente a la Dra. Rosalina Báez por su inigualable apoyo desde que inicio este proceso, quien fue pieza fundamental para la culminación de la presente tesis, gracias por su tiempo, dedicación y apoyo. Es un gran ser humano y ejemplo de mujer.

Agradezco a los maestros que me brindaron su espacio, siempre con una entera disposición para guiar este proceso, Mtro. Hugo, Mtra. Celina, Mtro. Sergio, Dr. Francisco, sin duda me llevo grandes enseñanzas de cada uno de ustedes.

Gracias a mis amistades Nadia, Guille, Liz (sin duda una gran coincidencia la que tuvimos en esta maestría y que terminó en amistad), Magda, Viz, Dafne, Gerardo, que pese a la distancia siempre están ahí, con su gran alegría. Bien, gracias a los amigos con los que compartí esta maestría Mony, Andrés, Lau, Romi, Cris; gratas experiencias vividas juntos.

Gracias a Fonart y en especial a Lic. Aníbal y Mtro. Mario por abrirme la oportunidad de tener una grata experiencia con una comunidad de grandes artesanas en Guerrero y poder aportar un poco a la misma. Así mismo me quedó con un gran conocimiento y aprendizaje de la región.

Gracias a Estela y Don Armando por abrirnos las puertas de su casa y ser tan amables. Un gusto haberlos conocido.

Por último gracias a todos los artesanos que me brindaron su espacio, confianza y experiencia para poder integrar la presente tesis. El trabajo que realizan es de un valor incomparable.

Gracias totales a cada uno de ustedes, Dios los bendiga... tienen en mí a una amiga.

Contenido	
Introducción	4
Capítulo 1. Metodología	6
1.1 Marco de Referencia.....	6
1.2 Marco Conceptual.....	19
1.3 Marco Teórico.....	21
1.4 Metodología	26
Capítulo 2. Análisis de la relación comercial de artesanías mexicanas a Europa a raíz del TLCUEM	33
2.1 El comercio de artesanías mexicanas con la Unión Europea después de la firma del TLCUEM y actualmente”	38
2.1.1 Comercio de artesanías mexicanas a la Unión Europea previa y posteriormente a la firma del TLCUEM	40
2.1.2 Comercio de artesanías mexicanas a la Unión Europea en los últimos años.	52
2.1.3 Análisis comparativo del desarrollo comercial de artesanías mexicanas a Europa a raíz del TLCUEM.	60
2.2 Análisis del Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México.	68
2.2.1 Aspectos relevantes del TLCUEM con respecto al sector artesanal para la exportación.....	71
Capítulo 3. Estrategias para la competitividad del sector artesanal en México, incentivando un mayor beneficio del TLCUEM.....	90
3.1 Estrategia de diferenciación.....	93
3.2 Estrategia de enfoque o concentración.....	98
3.3 Estrategias de internacionalización.....	102
3.4 Cadena productiva de un producto artesanal.	108
Capítulo 4. Análisis de datos y hallazgos	110
4.1 Entrevistas a artesanos de sombreros de Tlapehuala, Guerrero.	118
4.2 Resultados de la investigación.....	120
Conclusiones.....	125
Recomendaciones y Propuestas.....	130
Bibliografía	135
Cibergrafía	137
Anexos	138
Glosario.....	143

Introducción

México es un país muy rico en recursos naturales y en diversidad cultural, ocupando el cuarto lugar a nivel mundial; que le ha permitido desarrollar diferentes actividades económicas; una de ellas, la actividad artesanal a lo largo de su territorio, la cual representa herencia cultural, tradiciones, historia e identidad del país. Por años la artesanía sólo ha sido valorada y reconocida por grupos reducidos de la sociedad mexicana y en mayor magnitud por los extranjeros, respondiendo a una serie de condiciones sociales y culturales que identifican a nuestro país. El sector artesanal no ha logrado sobresalir, como otros sectores en México, ya que guarda una serie de características y condiciones propias, que no se han trabajado y potencializado en la dirección correcta. Hablamos de un sector con gran presencia de población indígena, la cual guarda tradiciones, creencias, costumbres y lenguas que se encuentra desvinculadas del resto de la población, propiciado en parte por la ubicación geográfica, esto aunado a una situación de pobreza que enfrenta el sector, falta de acceso a la educación y falta de información que lo ha situado en una posición poco favorable. Ante un malinchismo muy marcado en la sociedad mexicana que no contribuye a enriquecer ni fortalecer la riqueza nacional.

En el presente trabajo se alinearán aquellos conocimientos existentes en materia de negocios internacionales de la mano con la administración estratégica, con la parte de un mercado artesanal poco atendido, hacia un aprovechamiento de las exportaciones internacionales de México, las cuales en términos generales han sido insuficientes con una nula diversificación de sus relaciones comerciales pese a la existencia de 12 tratados de libre comercio, abordándose en la actual investigación el análisis de uno de ellos; el TLC firmado con la Unión Europea (TLCUEM) en relación directa al sector artesanal mexicano.

En el primer capítulo se identificará la metodología que llevará la actual investigación; la cual será de carácter cualitativo, y que contribuirá a discernir las características más relevantes del sector artesanal, a través de una declaración de conceptos a utilizarse a

lo largo del trabajo, un análisis del contexto previo de este sector, así mismo con la respectiva descripción de la investigación de campo realizada, teniendo por último la selección de teorías que le darán fundamento al objeto de investigación.

En el segundo capítulo se abordará amplia y objetivamente la situación actual de las artesanías en México, mostrando específicamente, el comercio de artesanías entre México y la Unión Europea a raíz del TLC firmado entre ambos. De igual manera, se identificarán los elementos cruciales del dicho tratado, el cual México puede aprovechar en relación a un beneficio y crecimiento del sector artesanal, conociendo cuales son las barreras arancelarias y no arancelarias que las artesanías deben cumplir para poder ingresar al mercado europeo.

En el tercer capítulo, se dará pie a mostrar las estrategias que el sector artesanal puede implementar de una forma más competitiva y con mejores beneficios, base de la primicia (hipótesis) de investigación planteada, al contar con el fundamento de una base teórica aceptada y que a su vez se complementará del análisis de un TLC vigente, en búsqueda de un mejor aprovechamiento del mismo. En el último de los capítulos, en el cuarto se presenta la información recabada, tras la aplicación de entrevistas a artesanos con previa experiencia en la exportación hacia Europa, dando pie a analizar la información recaba en campo y cotejarla con las estadísticas elaboradas del sector. Logrando finalmente conocer los resultados que arrojó la investigación.

Por último se presentan las conclusiones, así como las recomendaciones que se obtuvieron gracias a la elaboración de la actual investigación, permitiendo ampliar el conocimiento en un sector de gran relevancia y valor para nuestro país, esperando con ello aportar para el desarrollo del mismo; a través de la aplicación de lo que aquí se llega a proponer, así mismo para investigaciones futuras.

Capítulo 1. Metodología

El actual trabajo de investigación presenta la siguiente estructura metodológica para la comprobación de la hipótesis que en ella se plantea. El cual se integra de un marco de referencia, un marco conceptual, seguido de un marco teórico y por una metodología secuencial donde se contiene la hipótesis expresada en la investigación.

1.1 Marco de Referencia

Las artesanías mexicanas han sido un signo distintivo de la cultura desde tiempos ancestrales pasando por diversos momentos históricos; desde su concepción como labor doméstica, hasta formar parte de grandes eventos de arte, ganándose la admiración entre los conocedores de las bellas artes. En 1937 fue creado el Banco Nacional de Comercio Exterior, con la finalidad de impulsar las exportaciones mexicanas, que en ese entonces se constituían básicamente por productos provenientes del sector agropecuario. Con la finalidad de incrementar la competitividad de las empresas mexicanas (pequeñas y medianas).

“La comercialización de artesanía mexicana hacia otros países, se realiza desde varios años atrás. En 1955 el Banco Nacional del Comercio exterior, llevó a cabo los primeros estudios socioeconómicos en el área con miras a fomentar la exportación de estos productos.

En 1974 la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) creó el Fondo Nacional para el Fomento de las artesanías (Fonart), con lo cual desde hace 42 años, el Fonart ha coordinado las diversas actividades para incentivar la elaboración de artesanía mexicana. La cual cada día toma mayor parte en el mercado internacional por ser una muestra irrefutable de diversidad cultural.

En 1971 se crea en la Secretaría de Educación pública la Dirección General de Arte Popular siendo esta una actividad encaminada al apoyo de la producción y comercialización de las artesanías mexicanas; pasando en 1978 a ser la Dirección General de Culturas Populares”.¹

¹ Con base en: http://www.inaes.gob.mx/doctos/pdf/guia_empresarial/comercializacion_de_artesantias.pdf Febrero 2016 (16:40hrs)

Actualmente Fonart es el principal organismo a nivel nacional impulsor de la artesanía mexicana, quien ha desarrollado un plan para apoyar a los artesanos paso a paso. De acuerdo a Fonart en México se reconocen 17 ramas artesanales, que en la tabla siguiente se describen, la cual se integra con datos del Observatorio Nacional de Artesanías ubicándolas geográficamente, así mismo se identifica el número de artesanos registrados por cada rama artesanal, con un total de 7,036 artesanos registrados.

Tabla 1. "Ramas artesanales de México"			
Rama artesanal	Descripción	Presencia Geográfica	No. de artesanos registrados en observatorio
<i>1. ALFARERÍA Y CERÁMICA</i>	Conjunto de técnicas manuales antiguas, que trabajan el barro o la arcilla.	Chihuahua, Oaxaca, Estado de México, Ciudad de México, Hidalgo y Tlaxcala.	1,457
<i>2. TEXTILES</i>	Técnicas tradicionales con mayor presencia en México, elaborados con telar de cintura, telar de pedal, el bordado y deshilado. Siendo más típicos el huipil, el quechquemitl, el enredo, la faja y el rebozo.	Presencia en la mayor parte del territorio nacional, Chiapas, Yucatán, Hidalgo, Guerrero, Oaxaca.	1,701
<i>3. MADERA</i>	Talla de madera para la elaboración de instrumentos	Chihuahua.	867

	musicales, baúles, muebles, entre otros. Dentro de las técnicas artesanales están el torneado, la talla y el taraceado (incrustaciones).		
4.CERERÍA	Uso de la cera para hacer diversas figuras, así como velas escamadas o cubiertas de flores.	Guanajuato y Morelos.	9
5.METALISTERÍA	Trabajo sobre metales como hierro, acero, bronce, cobre, plomo, estaño, latón, entre otro. Elaborando utensilios de cocina, muebles, lámparas y campanas.	Michoacán, Estado de México y Guanajuato.	36
6.ORFEBRERÍA	Trabajo en metales preciosos y semipreciosos (oro, plata, bronce y cobre). Se funde y martilla dando la forma al metal, se cincela y pule, resultado en una variedad de objetos.	Estado de México, Jalisco y Michoacán.	7
7.JOYERÍA	Elaboración de objetos de tipo adorno personal (artes, cadenas, pulseras) en metales preciosos.	Jalisco, Guerrero, Nayarit y Chiapas.	885

8.FIBRAS VEGETALES	Arte de tejer fibras vegetales como la palma, vara de sauce, carrizo, jonote, mimbre, entre otros, produciendo sombreros, canastas, bancos, tapetes.	Chihuahua, Oaxaca y Estado de México.	1,621
9.CARTONERÍA Y PAPEL	Trabajo en papel y cartón elaborando papel amate y papel picado.	Estado de México y Morelos.	29
10.TALABARTERÍA Y PELETERÍA	Talabartería, elaboración de objetos de cuero y peletería, arte de trabajar la piel para el vestuario.	Guanajuato, Nuevo León.	88
11.MAQUE Y LACA	Aplicación de varias capas de aceites naturales y tierras calcáreas hasta formar una fina pasta que se adhiere a superficies de madera.	Guerrero, Michoacán y Chiapas,	66
12.LAPIDARÍA Y CANTERÍA	Lapidaría es el arte de labrar piedras preciosas y semipreciosas. Cantería, es el labrado de piedras duras.	Estado de México, Michoacán y Guanajuato.	125
13.ARTE HUICHOL	Derivado de un grupo indígena de México, donde se elabora artesanía de gran	Estados de Jalisco, Nayarit, Zacatecas y Durango.	38

	complejidad con chaquira y estambres de colores vistosos.		
14. HUESO Y CUERNO	La materia prima proviene de partes del cuerpo del ganado, produciendo una gran variedad de objetos.	Estado de Jalisco, Guanajuato, Campeche y Estado de México.	58
15. CONCHA Y CARACOL.	La materia prima proviene de la concha de tortuga <i>Eretmochelys imbricata</i> , creando piezas utilitarias de ornato.	Baja California Sur y Campeche,	12
16. VIDRIERÍA	Técnica de manejo de vidrio a partir de sílice, obtenida de arena, pedernal o cuarzo, creando objetos decorativos como vajillas, vasos, copas así como esferas.	Estado de México, Ciudad de México y Jalisco.	30
17. PLUMARIA	Apropiación de las plumas de aves endémicas y la labor artística de transformarlas en obras ornamentales, rituales y de uso cotidiano.	Estado de México y Chiapas.	7

Fuente: Elaboración propia con base en datos del observatorio de artesanías mexicanas <http://observatoriodelasartesaniasmexicanas.mx/> y Manual de diferenciación <https://www.fonart.gob.mx/web/pdf/DO/mdma.pdf>, Febrero 2017 (20:15hrs)

En la tabla anterior, se da un acercamiento a la actividad artesanal dentro del territorio nacional, donde identificamos que la mayor cantidad de artesanos registrados pertenecen a las ramas artesanales de textiles, fibras vegetales y alfarería/cerámica. En tanto, los estados con mayor número de artesanos contabilizados son: Chihuahua, Oaxaca y Chiapas. Mientras que el Estado de México; es donde mayor presencia de las ramas artesanales se registra. Cabe mencionar que el observatorio se encuentra en actualización y modernización, para brindar datos más certeros a los proporcionados en la tabla.

“De acuerdo al foro Las artesanías en México situación actual y retos, de Marzo del 2012. Durante el tercer trimestre de 2011, más de 1,800,000 personas mayores de 15 años se emplearon en alguna actividad artesanal o relacionada con este rubro. De éstas, 507,368 laboraron como parte en México de la población ocupada que se dedica de tiempo completo a la actividad y 1,290,547 personas subocupadas en el sector artesanal, esto es que tienen otro empleo para satisfacer sus necesidades. Las entidades federativas con más trabajadores industriales, artesanos y ayudantes son: Oaxaca con 58,398 personas; Guerrero con 39,107; Estado de México con 34,687; Jalisco con 32,504, y Yucatán con 29,310”.²

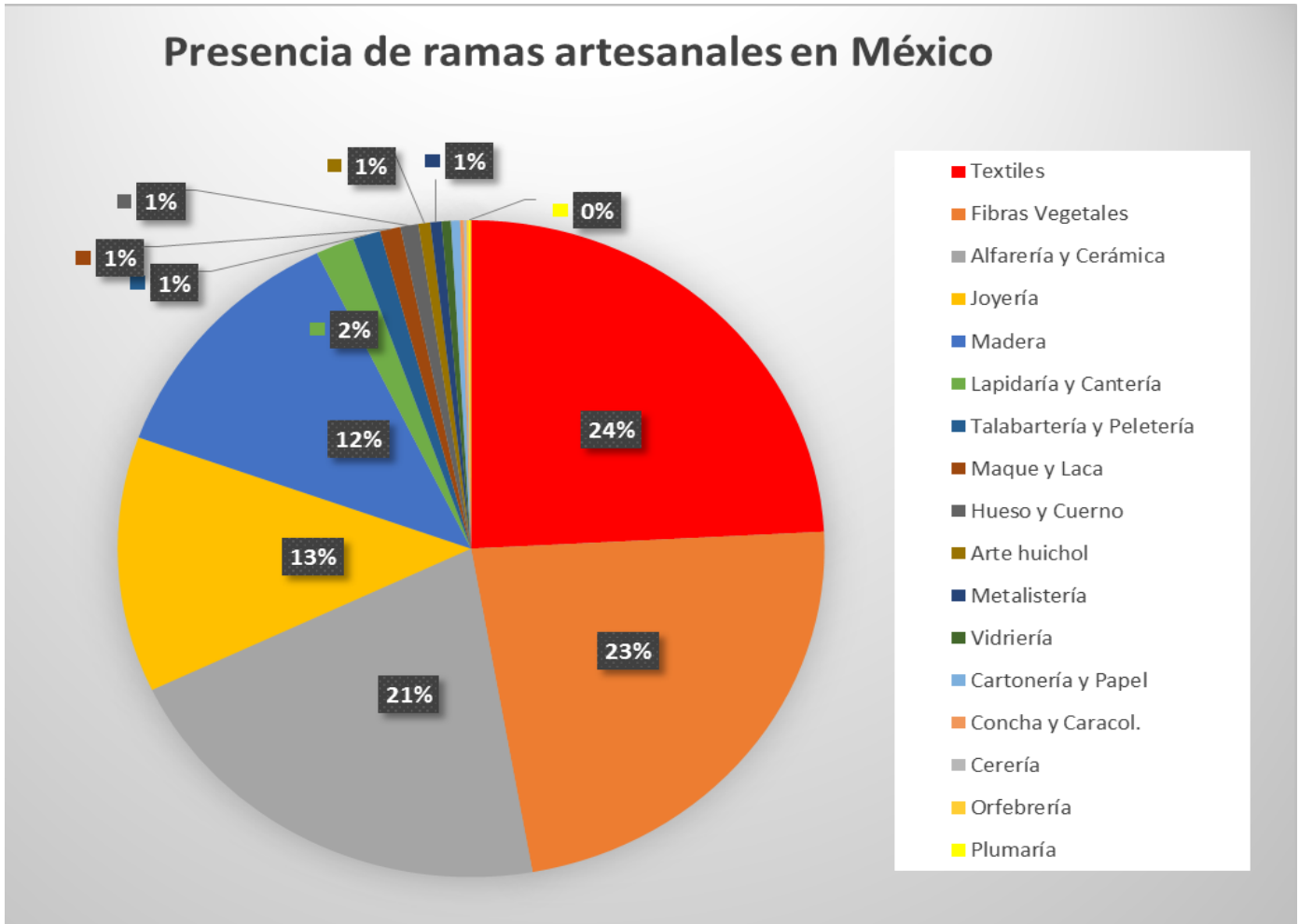
Se consultó el Inegi para actualizar el dato de la población empleada en alguna actividad artesanal o relacionada y para el primer trimestre del 2016 era de 1,813,823, mientras que la población ocupada de tiempo completo era de únicamente 589,279 y la subocupada de 1,224,544.

A la fecha no se cuenta con un número de artesanos concreto, las cifras que se pueden consultar difieren mucho entre sí algunas como la proporcionada por Inegi contempla a más de 1,8000,000 artesanos, y fuentes como Fonart citan a 8 millones, mientras que otras publicaciones hablan de hasta 12 millones de artesanos siendo muy diversas las cantidades, sin embargo con apoyo a la consulta del Observatorio Nacional de

² Con base en: Las artesanías en México: Situación actual y retos. Compilador. Francisco J.Sales Heredia. Foro Marzo 2012. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (CESOP).
<http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/content/download/6520/33176/file/9-Las%20artesan%C3%ADas%20en%20M%C3%A9xico.pdf> Octubre 2016 (19:20 hrs)

artesanías se presenta en el siguiente gráfico de pastel, las ramas artesanales con mayor presencia en el país, derivada del número de artesanos que la desarrollan.

Gráfica 1. Presencia de ramas artesanales en México.



Fuente: Elaboración propia con base en datos del observatorio de artesanías mexicanas <http://observatoriodelasartesaniasmexicanas.mx/>, Febrero 2017 (14:30hrs)

La gráfica de pastel, anterior permite identificar mejor las ramas artesanales más fuertes en México y con mayor presencia, de acuerdo al número de artesanos que la ejercen. Donde se percibe, que la mayor parte del pastel son cubiertas únicamente por 5 ramas artesanales de las 17 existentes, siendo éstas los textiles (24%), las fibras vegetales (23%), la alfarería/cerámica (21%), la joyería (13%) y la madera (12%).

A continuación, se abordará de forma más detallada la actividad artesanal desarrollada en nuestro país, para poder dar pie a contextualizar el objetivo de análisis dentro de esta bella actividad ancestral, citando algunas de las formas de producción artesanal vigentes actualmente.

Formas de producción artesanal:

“En México existen actualmente cuatro formas básicas de producción artesanal que han persistido con el paso del tiempo; éstas son:

❖ Forma familiar de producción:

Es característica de las áreas rurales sobre todo que coexisten en forma paralela con la producción agrícola, pastoril y de pesca. La práctica del oficio es transmitido de generación en generación dentro de la familia, por lo que el trabajo es dividido por sexo y edad principalmente, dividiendo las tareas que están a cargo de los hombres, las mujeres, los niños y los ancianos. En este tipo de producción las herramientas utilizadas son muy sencillas, en su mayoría también fabricadas por la familia, sin embargo, la materia prima es comprada a distintos comerciantes por lo que en numerosas ocasiones estas familias se ven endeudadas al no poder pagar inmediatamente los precios de estos materiales debido a sus bajos ingresos.

❖ Taller individual:

Este tipo de taller existe aún tanto en ciudades como en pueblos y se asemejan bastante a los existentes durante la época medieval. En esta forma de producción, el maestro del oficio conoce todo el proceso del trabajo, aunque sea ayudado por un peón o aprendiz, por esta razón la producción es mínima y para un consumo limitado. La mayoría de los talleres individuales están dedicados a la fabricación de joyería, platería, ebanistería, talabartería, herrería, fundición de campanas, tallado en madera, etc.

❖ Taller con obreros:

En este tipo de talleres se suman más personas a la producción, ya sea de manera permanente o temporal, añadiendo más equipo y herramientas para la fabricación de los objetos. El dueño del taller es también el maestro del oficio, quien además de realizar

su trabajo, también lo reparte entre sus ayudantes. A pesar de que hay varias personas trabajando en el lugar, el trabajo no es dividido en partes de producción, por lo que cada uno de los artesanos conoce perfectamente el trabajo en su totalidad. Los principales ejemplos de este tipo de talleres son los de carpintería, de cobre martillado, de latonería, de huarachería, de rebozos y de bordados.

❖ **Manufactura:**

Reúne a obreros especialistas en operaciones parciales del trabajo. A pesar de que se conserva el carácter manual de la producción, se utilizan herramientas de trabajo con las que los trabajadores van realizando cada una de sus partes correspondientes del proceso de fabricación, por eso cada uno de los obreros depende de una cadena de operaciones a cargo de diferentes trabajadores.

En estas unidades de producción ya no hay un artesano que trabaje con ellos, sino un patrón. Las principales manufacturas existentes son las de vidrio, de tejido, de cerámica, de confección de ropa o de calzado”.³

La mayoría de las artesanías de uso común y cotidiano son producidas en los talleres familiares o en los del maestro artesano, lo que ahí se fabrica se dirige a consumo popular para cubrir necesidades elementales.

“La principal característica de la producción artesanal es la fabricación manual de los objetos con una utilización mínima de herramientas que sirven como auxiliar, mas no como la principal forma de elaboración. Es decir, la mano de obra del hombre no puede ser sustituida por ningún tipo de instrumento. Además son objetos utilitarios o de ornamento, caracterizados por un elemento lúdico, poético, artístico, estético y funcional”.⁴ De tal manera que el arte popular o manual resulta ser la primera expresión de la capacidad creativa y cultural del hombre y no como en los últimos tiempos se ha pretendido matizar y tomar como moda, al surgir diferentes negocios con la leyenda de ser artesanales; cuando la palabra artesanal implica su propio grado de complejidad por la esencia que guarda.

³ Con base en: Artesanía y Capitalismo en México. Victoria Novelo, SEP-INAH, México, 1976. Pág. 30.

⁴ Con base en: Cómo realizar actividades plásticas y artesanales. Pilar Berganza. CEAC, Barcelona, España, 1986. Pág.107.

Las artesanías mexicanas son una mezcla de numerosos atributos entre los que destacan los recursos materiales originarios de las diferentes localidades y municipios del territorio mexicano, así mismo las costumbres, creencias, tradiciones, técnicas, habilidades, creatividad, y ese misticismo de reflejar el paso del tiempo y la historia en estos objetos. Sin embargo a pesar de todos estos atributos las artesanías se encuentran todavía subvaloradas y los grupos ancestrales que mantienen vivas esta actividad, no siempre se les brinda la atención o el apoyo adecuado, si bien es cierto que en los últimos meses se ha visto un auge de las artesanías y más proyectos tanto gubernamentales como privados encaminados a apoyar a los artesanos, aún falta mucho por hacer, para evitar que sólo sea una moda pasajera y en verdad se logre posicionar estos valiosos objetos en mercados extranjeros y sean revalorizados por la población nacional. El reto es grande ya que se debe pasar de una actividad aislada realizada por un grupo minoritario de artesanos, a formar parte de un sector productivo de la sociedad; brindándole el reconocimiento como tal y el apoyo necesario, ya que la actividad ha mostrado tener una buena aceptación por parte del público y la capacidad para desarrollarse en otros niveles.

En materia de Negocios Internacionales el reto no es menor, al no contar con una fracción arancelaria especial de las artesanías la información se sesga. Sin embargo, se puede partir de una visión general de la situación comercial de México con el exterior para identificar aquellas áreas de oportunidad que se estén desaprovechando, para ello algunos datos:

De acuerdo a cifras de IQOM del 2015 la relación comercial de México con países de la Unión Europea para un comercio de mercancías, ha sido de forma general buena, en el caso España y Alemania se tiene un intercambio del 0.93% y el 0.92% respectivamente; ocupando el lugar 6º y 7º como destinos de las exportaciones mexicanas, mientras que con Francia guardamos un intercambio de 0.56% ocupando el 10º lugar, Holanda con el 0.48% y lugar 14º, Suiza con 0.46%- 16º, Italia con 0.43%-18º y Bélgica con 0.42%-19º.

Mientras que la relación de México con los países de la alianza del pacífico, en el rubro de exportaciones nacionales hacia los países integrantes fue con Colombia del 0.96%

(5º posición), con Chile del 0.49% (12º posición) y con Perú del 0.43%. (17º posición). Mientras que con Estados Unidos guarda una relación comercial (exportaciones) del 81% siendo el primer socio comercial y el segundo Canadá con el 2.77%, reflejando una diferencia abismal, la cual se ha seguido replicando a través de los años.

De acuerdo a los datos anteriores se puede destacar que las exportaciones de México al exterior, en un 80% van dirigidas hacia Estados Unidos repitiéndose este fenómeno desde hace años; mientras que el segundo destino de las mercancías nacionales es Canadá pero con una representación de sólo el 2%, lo que deja ver la dependiente relación de México con la nación estadounidense. En el caso de la relación Mexicana con la Unión Europea resulta ser una buena referencia que 7 países que conforman esta región se encuentran dentro de los primeros 20 países a los que México les exporta mercancías, siendo Alemania y Francia los principales importadores de artesanías Mexicanas, corroborando su presencia dentro de estos siete países. Por último la relación que México tiene con los países de Sudamérica también es de considerarse, gracias a las nuevas alianzas que se han originado en la zona de Latinoamérica que podrían representar otra región de oportunidad para una actividad de exportación de artesanías mexicanas. Siendo Colombia, Chile y Perú de los principales socios de México en la región de Latinoamérica y ocupando lugares dentro de los primeros 20 países compradores de nuestro país. Como bien se citó anteriormente el 80% de las exportaciones de productos en general va dirigida al mercado estadounidense, y de acuerdo al “foro Las artesanías en México situación actual y retos, de Marzo del 2012, el 91% de la exportación de artesanías mexicanas tiene como destino final principalmente Estados Unidos de América”⁵ lo cual denota una falta de interés y seguramente de apoyo para potencializar este sector a otros mercados extranjeros.

Con este breve panorama general que se brinda en el presente marco de referencia acerca de la situación de las exportaciones en general de México al exterior, se pretende dejar ver la gran oportunidad que está perdiendo al no diversificar la cartera de clientes, y el gran riesgo que se corre al depender en demasía de un sólo país, tornándose

⁵ Con base en: Las artesanías en México: Situación actual y retos. Compilador. Francisco J.Sales Heredia. Foro Marzo 2012. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (CESOP).
<http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/content/download/6520/33176/file/9-Las%20artesan%C3%ADas%20en%20M%C3%A9xico.pdf> Octubre 2016 (19:20 hrs)

vulnerable la situación económica nacional; ante cualquier posible acontecimiento que represente un cambio en esta relación. “México cuenta con 12 Tratados Comerciales”⁶ y sin embargo en los números esta diversidad no se ve reflejada; siendo una aportación del presente trabajo el dar a conocer las estrategias que permitan el reforzar y aumentar las exportaciones con otros países.

Por lo tanto, con este trabajo de investigación se pretende que las estrategias aquí identificadas y de las cuales se conocerá su aplicación en el sector artesanal, guarden una visión y conformación integral, dado la importancia de considerar diferentes factores (sociales, políticos económicos y culturales) que influyen en una adecuada implementación de cualquier herramienta que busque un incremento y desarrollo real de algún sector social. Partiendo de una línea teórica sólida y fundamentada, pero sin que ello sesgue la visión para proponer algo realmente valioso, útil y aplicable al contexto que vive la sociedad mexicana.

Tras consultar diversas fuentes de información económica en materia de exportación (Inegi, Bancomext, Proméxico, Fonart y la Secretaría de Economía), la información obtenida es limitada en relación a cifras que avalen la exportación de artesanía mexicana, esto deja ver la gran necesidad de investigación que se tiene en el área. Sin que este hecho permeara la intención de la presente investigación, se consultaron diversas fuentes que a lo largo del escrito se citan.

“Los productos artesanales para el mercado de exportación son, principalmente: talavera (Puebla), barro negro (Oaxaca), repujado (Zacatecas), textiles bordados a mano (diferentes tipos a escala nacional), manta (región centro-sureste), tejidos en mimbre (Tabasco), muebles de madera, cerámica y artículos de decoración en barro (región sureste)”.⁷

“La fabricación de artesanías, representa un recurso económico para los millones de artesanos que viven de ella y que por medio de cooperativas y sociedades, exportan

⁶ Con base en: Secretaría de economía <https://www.gob.mx/se/articulos/mexico-cuenta-con-12-tratados-de-libre-comercio?idiom=es> Octubre de 2016 (20:20 hrs)

⁷ Con base en: Dulce María López Prados, Plan de negocios de exportación de accesorios típicos artesanales mexicanos a Italia, Universidad de las Américas Puebla (UDLAP), Puebla, 2006, p. 38. Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/lopez_p_dm/capitulo4.pdf. Fecha de consulta: Noviembre de 2016 (22:40 hrs)

sus productos a países miembros de la Unión Europea, Canadá, Estados Unidos, por citar algunos.

La producción artesanal en México representa una pequeña porción de la economía global. Esto se debe a la realidad que vive el sector artesanal; actualmente las posibilidades de acceso a la educación son bajas para estas personas, la falta de mecanismos de producción, la cultura y visión de vida de los artesanos retrasan el crecimiento de este sector. Hoy en día se encuentran inmersos en esta problemática diversas instituciones públicas sean de orden federal, estatal o municipal para fomentar, promover y organizar la actividad artesanal. También forman parte de este sector, personas físicas y morales que se dedican a la actividad artesanal”.⁸

Algunos de los principales retos y necesidades para el sector artesanal son:

- Falta de una política gubernamental en materia artesanal bien definida.
- Poca o nula inversión.
- Ausencia de criterios oportunos de producción.
- Falta de estímulos fiscales.
- No existe un modelo de producción artesanal que permita reproducirse por sí mismo y en condiciones diferentes. Recordemos que las condiciones de trabajo y las materias primas son diferentes en las diferentes regiones del país.
- Falta de un plan nacional bien definido, que no se interrumpa con los cambios de gobierno sexenales.
- Competencia desleal (productos asiáticos)
- Competencia local (diseñadores)
- Ausencia de una clasificación arancelaria, que las considere para participación en el comercio exterior.

Si bien existe un mayor apoyo al sector a través de diversas dependencias gubernamentales (Fonart, CDI, Sedesol) a través de talleres, ferias, exposiciones con el fin de promover la venta de artesanía. El más reciente proyecto es el lanzado por Proméxico y Bancomext, que refiere al desarrollo de una plataforma de comercio

⁸ Con base: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/lopez_p_dm/capitulo4.pdf. Enero 2017 (11:00 hrs)

electrónico en beneficio al sector, todavía hay muchas aristas que definir; como una fracción arancelaria, muchas de las artesanías mexicanas se encuentran contempladas dentro del sector de regalos y decoración dirigidas precisamente a un nicho de mercado extranjero, ante un primer intento de clasificarlas dentro del gran mundo del comercio internacional.

“Cabe mencionar que a pesar de la situación que vive la población artesanal, la producción del sector ha traspasado las fronteras mexicanas, al existir empresas a lo largo del país que se han desarrollado satisfactoriamente como es el caso de Talavera ANSAR S.A. de C.V. situada en la ciudad de Puebla o Artesanías Erandi S.A. de C.V. situada en la ciudad de Tonalá, Jalisco. Estas empresas se encuentran preparadas para realizar actividades internacionales como la exportación a países como Estados Unidos, Canadá y algunos países miembros de la Comunidad Europea ya que han desarrollado un sistema administrativo eficaz que les ha permitido el desarrollo y crecimiento empresarial”.⁹

Para evitar que los productos asiáticos sigan ganando terreno en el país, FONART realizó un Foro Nacional Artesanal y se consolidaron 5 equipos distribuidos en la República Mexicana que se encargarán de desarrollar los siguientes temas:

- 1) Un padrón nacional de artesanos
- 2) Registros de marcas colectivas
- 3) Artesanía y medio ambiente
- 4) Diseño artesanal
- 5) Manualidades y Artesanía

1.2 Marco Conceptual

Artesanía. “La artesanía es un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligera ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente es obtenida en la región donde habita el artesano, su

⁹ Con base: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/lopez_p_dm/capitulo4.pdf. Enero 2017 (11:00 hrs)

apropiación y dominio hace que los productos artesanales tengan una identidad comunitaria o regional muy propia, misma que permite crear una línea de productos con formas y diseños decorativos particulares que los distingue de otros. El dominio de las técnicas tradicionales de patrimonio comunitario permite al artesano crear diferentes objetos de variada calidad y maestría, imprimiéndoles, además, valores simbólicos e ideológicos de la cultura local”.¹⁰

Otra definición que se tiene de artesanía; por parte del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) es: “Un objeto producido en forma predominantemente manual con o sin ayuda de herramientas y máquinas, generalmente con utilización de materias primas locales y procesos de transformación y elaboración transmitidos de generación en generación, con las variaciones propias que le imprime la creación individual del artesano. Es una expresión representativa de su cultura y factor de identidad de la comunidad”.¹¹

Estrategia. “Es el plan de acción que sigue la administración para competir con éxito y obtener utilidades, a partir de un conjunto integrado de opciones”.¹²

Ventaja competitiva. “Se refiere a la relación establecida de una empresa con su ambiente; en un pleno conocimiento de la industria o sector”.¹³

TLCUEM. Tratado de libre comercio entre la Unión Europea y México.

Regulaciones arancelarias. Pago de un arancel (impuesto) que es aplicable al momento de importar o exportar mercancías.

Regulaciones no arancelarias. “Las regulaciones no arancelarias son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales, o para preservar los bienes de cada país, en lo que respecta a medio ambiente, protección de la salud,

¹⁰ Con base en: (Grupo impulsor de artesanía y manualidad (Antrop. Martha Turok, Antrop. Luz Elena Arroyo, Antrop. Arturo Gómez, Arq. Nelly Hernández y Arq. René Carrillo) consultado en <https://www.fonart.gob.mx/web/pdf/DO/mdma.pdf> Junio 2017 (15:10 hrs).

¹¹ Con base en: Instituto Nacional de Antropología e Historia, http://oni.escuelas.edu.ar/2002/santiago_del_estero/madre-fertil/produca.htm, recuperado el 28 de noviembre de 2013. Junio 2017 (15:20 hrs)

¹² Con base en: Administración Estratégica. Teorías y Casos. Arthur A. Thompson., Margaret A. Peteraf., Jhon E. Gamble., A.J. Strickland. Mc Graw Hill, 18va edición. México 2012.

¹³ Con base en: Estrategia Competitiva. Michael Porter. CECSA. Trigésima segunda reimpresión. México.2000.

sanidad animal y vegetal, o para asegurar a los consumidores la buena calidad de las mercancías que están adquiriendo, o darles a conocer las características de las mismas”.¹⁴

Dentro del ámbito artesanal se presentan las siguientes definiciones:

- a) **Alfarería.-** Arte u oficio de hacer vasijas u otros objetos de barro cocido.¹⁵
- b) **Cerería.-** Arte de realizar figuras, como escenas cotidianas con cera.¹⁶
- c) **Metalistería.-** Arte de trabajar en Metales.¹⁷
- d) **Orfebrería.-** Trabajo sobre metales preciosos y semipreciosos.¹⁸
- e) **Talabartería.-**Arte de trabajar objetos de uso cotidiano de cuero.
- f) **Peletería.-** Arte de trabajar la piel para el vestuario.
- g) **Maque y Laca.-** Barniz de oro o plata.
- h) **Lapidaría.-** Es el arte de labrar piedras preciosas y semipreciosas.
- i) **Cantería.-** Es el labrado de piedras duras con las que se hacen fuentes, columnas y toda clase de adornos para fachadas.
- j) **Plumaria.-** Apropiación de las plumas de las aves endémicas y la labor artística de transformarlas en obras ornamentales, rituales y de uso cotidiano.

1.3 Marco Teórico

La base teórica será fundamentada de acuerdo a los dos ejes; la estrategia competitiva y la administración estratégica:

Estrategia Competitiva. (Michael Porter). Se refiere a la relación hecha de una empresa con su ambiente; en un pleno conocimiento de la industria o sector. Una buena estrategia competitiva emprende acciones ofensivas y defensivas con el fin de conseguir una posición defendible contra las cinco fuerzas competitivas:

¹⁴ Con base en: Guía básica del exportador ProMéxico

<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf> Agosto 2017 (17:40 hrs)..

¹⁵ Real Academia Española <http://dle.rae.es/?id=1kg9tiG> Junio 2017 (3:25pm)

¹⁶ Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad <https://www.fonart.gob.mx/web/pdf/DO/mdma.pdf> pág. 17 Junio 2017 (3:40pm)

¹⁷ Real Academia Española <http://dle.rae.es/?id=P5VJ1of> Junio 2017(3:26pm)

¹⁸Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad <https://www.fonart.gob.mx/web/pdf/DO/mdma.pdf> pág. 17 Junio 2017 (3:40pm)

- 1) Entrada de un nuevo participante.
- 2) Riesgo de un producto sustituto.
- 3) Poder de negociación de los proveedores.
- 4) Poder de negociación de los compradores.
- 5) Rivalidad entre los competidores.

Siendo estas cinco fuerzas competitivas las que rigen la intensidad de la competencia y la rentabilidad de la industria. Al ser este el panorama se dispone de tres estrategias genéricas de gran eficacia para lograr un mejor desempeño que los contrincantes en una industria:

1. Liderazgo global en costos
2. Diferenciación
3. Enfoque o concentración.

El diseño de una estrategia resulta de crear una fórmula general de como una empresa va a competir, cuáles serán sus metas y aquellas políticas necesarias para alcanzarlas.

De acuerdo con este autor y de forma más puntual, tendríamos una “estrategia en liderazgo global en costos, consiste en alcanzar este liderazgo mediante un conjunto de políticas funcionales. Exige la construcción agresiva de instalaciones de escala eficiente, la búsqueda rigurosa de reducción de costos a partir de la experiencia, un control riguroso en gastos”.¹⁹ Esta estrategia para el sector artesanal, no es aplicable dado que las artesanías son piezas que conllevan materiales, procesos, conocimientos y tiempo exclusivos.

La siguiente estrategia genérica “diferencia al producto o servicio que se ofrece, creando así algo que en la industria entera se percibe como único. Las formas en que se logra son diversas: el diseño o la imagen de marca, la tecnología, las características, el

¹⁹ Con base en: Estrategia Competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Michael Porter. Patria. 2da reformada. México.2015. Pág. 110.

servicio al cliente, redes de distribución u otras dimensiones”.²⁰ Las piezas artesanales guardan elementos y características que las llevan a considerarse como piezas únicas y en algunos casos esta exclusividad/diferenciación es a nivel mundial, como sucede con las denominaciones de origen (Talavera de Puebla, Ámbar de Chiapas y Olinalá de Guerrero).

“La estrategia de enfoque o concentración (nicho de mercado), la cual se concentra en un pequeño segmento de compradores y en vencer a los rivales al ofrecer un producto que satisfaga los específicos gustos y necesidades de los miembros de ese nicho mejor que los que ofrecen la competencia. Esta procura ante todo dar un servicio excelente a un mercado particular”.²¹ Las artesanías mexicanas tienen la posibilidad de dirigirse a segmentos determinados de mercados, los cuales reconocen el valor inmerso en cada pieza; así mismo poseen la capacidad monetaria para pagar lo justo por ellas.

Administración estratégica. (Thompson Arthur., Strickland A.J., Peteraf) “Consiste en las medidas competitivas y los planteamientos comerciales con que los administradores compiten de manera fructífera, mejoran el desempeño y hacen crecer el negocio. Es el plan de acción que sigue la administración para competir con éxito y obtener utilidades, a partir de un conjunto integrado de opciones.

Resultando tarea de investigación la identificación, estudio y análisis de las diversas estrategias existentes en las clasificaciones de las mismas, dentro de la ciencia administrativa, identificándose las más idóneas para el objeto de investigación.

En la teoría de referencia se menciona de forma alterna a la estrategia de diferenciación, aquellos impulsores de cualidades únicas para lograr desarrollar dicha estrategia, mencionando:

- a. Esfuerzo por crear productos con características, diseño y desempeño superiores.
- b. Mejorar el servicio al cliente o añadir más servicios.

²⁰ Con base en: Estrategia Competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Michael Porter. Patria. 2da reformada. México.2015. Pág. 112.

²¹ Con base en: Estrategia Competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Michael Porter. Patria. 2da reformada. México.2015. Págs. 114-116.

- c. Procurar actividades de investigación y desarrollo para producción.
- d. Esforzarse por la innovación y los avances tecnológicos.
- e. Procurar mejorar continuas de calidad.
- f. Aumentar la intensidad del marketing y las actividades de ventas.
- g. Buscar insumos de alta calidad.
- h. Mejorar las habilidades, conocimientos y experiencias de los empleados mediante actividades de administración de recursos humanos.

Si se analizan y consideran las anteriores propuestas de los autores, se puede concluir que la gran mayoría de ellas consiguen incorporarse y adaptarse a las necesidades y características propias del sector artesana”.²²

Administración estratégica y política de negocios. (Dess & Lumpkin) Retomando las estrategias de entrada internacional siendo las que ocupan la atención; se presentan las clasificadas por los autores en el encabezado señalados, donde encontramos las siguientes, las cuales brindan alternativas viables para implementarse en el sector de artesanías.

“Una estrategia de exportación, consiste en la producción de bienes en un país para venderlos en otro; esta estrategia de entrada permite a la empresa invertir un mínimo de recursos en términos de su producto, organización y estrategia corporativa global, a muchos países anfitriones no les agrada esta estrategia de ingreso a su mercado porque ofrece menos empleo local que otras formas. A menudo las multinacionales aplican una estrategia de varios pasos, a partir de la exportación de productos, para penetrar en los mercados; lo que muchas veces ocasiona una serie de acciones no proyectadas para aumentar los ingresos por concepto de ventas.

Las estrategias a través de licencia, establecen que una compañía recibirá un pago de otra parte, en forma de regalía o cuota, a cambio del derecho de utilizar su marca registrada, patente, secreto comercial u otro elemento valioso de su propiedad intelectual.

²² Administración Estratégica. Teorías y Casos. Arthur A. Thompson., Margaret A. Peteraf., Jhon E. Gamble., A.J. Strickland. Mc Graw Hill, 19na edición. México. 2015. Págs. 197-204.

La estrategia por franquicia se estipula bajo contrato donde se establece que una compañía recibirá pago de otra parte, en forma de regalía o cuota, a cambio del derecho de utilizar su propiedad intelectual; casi siempre supone un periodo de tiempo mayor que la licencia e incluye otros factores, como vigilancia de las operaciones, capacitación y publicidad, implica una variedad más amplia de factores operativos y cubren un periodo de tiempo mayor en la vigencia del contrato.

Alianzas estratégicas y empresas conjuntas; recientemente las empresas conjuntas y alianzas estratégicas han adquirido mucha popularidad, estas dos formas de asociación son diferentes por que las primeras suponen la creación de una tercera entidad legal, mientras que las segundas no. Además casi siempre las alianzas estratégicas se concentran en iniciativas de menor alcance que las empresas conjuntas.

Estas estrategias han sido efectivas para ayudar a las empresas a aumentar sus ingresos y reducir costos, así como para mejorar el aprendizaje y difundir tecnología; estas asociaciones les permite compartir los riesgos y también los ingresos y la utilidades potenciales; además, como acceso a nuevas fuentes de conocimiento y tecnologías, estas asociaciones ayudan a las empresas a desarrollar competencias centrales que conducen a ventajas competitivas en los mercados; por último, constituir asociaciones con empresas del país anfitrión proporcionan información muy útil sobre gusto, condiciones competitivas, cuestiones legales y detalles culturales de los mercados locales”.²³

Administración estratégica: competitividad y globalización (Hitt, Ireland & Hoskisson) En su libro mencionan “la estrategia de cooperación como una gran alternativa de unir fuerzas en la búsqueda de un objetivo, donde las organizaciones colaboran en conjunto para crear valor para un cliente y que a la vez puede resultar en una ventaja competitiva. Mencionando que una alianza estratégica es una estrategia de cooperación entre compañías que combinan algunos de sus recursos y capacidades con la intención de crear una ventaja competitiva. Una estrategia de cooperación son las que se conocen como joint venture, la cual es una alianza estratégica donde dos o

²³ Administración Estratégica. Textos y Casos. Gregory G. Dess., G. Tom Lumpkin., Alan B. Eisner. Mc Graw Hill. 5edición. México. 2011. Págs. 252-256.

más compañías forman una empresa independiente, legalmente constituida, para compartir recursos y capacidades con el propósito de la creación de una ventaja competitiva”.²⁴

1.4 Metodología

La presente investigación adquiere su carácter formal y de aportación al conocimiento de acuerdo al desarrollo de los siguientes elementos que sigue un proceso de investigación:

1. Planteamiento del problema.

La desigualdad, ocasionada por una mala distribución de las riquezas ha influido en el bajo desarrollo de ciertos sectores de la población, como es el caso del artesanal, el cual hace frente a diversas barreras; como la pobreza, una limitada educación, el poco acceso a la información, la desvinculación de otras esferas de la sociedad, la ubicación geográfica y en ámbitos internacionales la carencia de una fracción arancelaria propia o al menos cercana que contemplé sus creaciones, aunado a un contexto nacional que presenta una fuerte dependencia a un sólo TLC, con la vulnerabilidad económica que ello conlleva.

Algunos datos son presentados para ubicar mejor, la situación de las artesanías en un contexto internacional. Es importante señalar que el sector artesanal carece de datos, estadísticas e informes en general que permitan conocer la situación en la que se encuentra en tiempos recientes, por esta razón se presentan datos atrasados o antiguos, al momento en el cual se desarrolla la presente investigación. De acuerdo al “foro Las artesanías en México situación actual y retos, de Marzo del 2012, casi en su totalidad, las empresas artesanales (98%) son catalogadas como pequeñas y medianas. La exportación tiene como destino final principalmente Estados Unidos de América (91%). En el caso de la Unión Europea, México es el principal vendedor de toda América Latina, pero las artesanías representan sólo 2.7% del monto total de exportación. Las estadísticas señalan que el mercado mundial de importaciones de artesanías en 2009 se valuó en 852 mil millones de dólares y registró un crecimiento de

²⁴ Administración estratégica: competitividad y globalización. Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson. Thomson., 7a edición. México.2008. Pág 268.

más de 500 mil millones de dólares, tomando en cuenta que para 2006 el tamaño del mercado era de 326 mil millones de dólares.

En términos de oferta, los seis países que concentran el grueso de las exportaciones son: China, Alemania, Estados Unidos, India, Italia y Japón, países que se quedan con 40% de la exportación mundial. En el caso de China se debe precisar que en los últimos años se ha mantenido como el principal exportador de artesanías, abarcando cerca de 15% de lo exportado a nivel mundial. Sin embargo, las artesanías de países como Italia o Japón siguen siendo reconocidas a nivel mundial por la calidad y belleza de los productos que ofrecen.

En México, en el ámbito internacional, el monto por exportación de artesanía asciende a 5,339 millones de dólares. Como puede observarse, dista mucho del monto que obtuvieron por exportaciones países como Italia o India. Italia exportó 26 mil millones; India, 37 mil millones; China, 141 mil millones; y Alemania, 67 mil millones.

Por el lado de la demanda, los seis principales importadores de artesanía en el mundo en la actualidad son: Estados Unidos, China, Alemania, Francia, Reino Unido y Japón, quienes importaron 40% del total mundial en 2009. El principal demandante de productos artesanales es Estados Unidos, país que concentra 8% de las importaciones. Dentro de los principales rubros que demanda se encuentran productos de madera, joyería y textiles.

Pero no sólo Estados Unidos representa un nicho de mercado para las artesanías mexicanas. También en países de la Unión Europea se debe explorar el mercado. En Alemania, en 2009, el monto de importaciones de artesanías ascendió a 60 mil millones de dólares, lo que lo convirtió en el tercer país consumidor a nivel mundial. Destaca el hecho de que Alemania concentre 4% de las importaciones de productos mexicanos. Aunado a ello, ocupa el tercer lugar como socio comercial para México, después de Estados Unidos y Canadá, y por ahí en cuarto lugar se asoma Colombia, otro de los países a los que les encanta la artesanía mexicana”.²⁵

²⁵ Con base en: Las artesanías en México: Situación actual y retos. Compilador. Francisco J.Sales Heredia. Foro Marzo 2012. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (CESOP). <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/content/download/6520/33176/file/9-Las%20artesan%C3%A9as%20en%20M%C3%A9xico.pdf> Junio 2017 (17:05 hrs)

El sector artesanal en México compuesto por aproximadamente 12 millones de artesanos, no representa el impacto económico que debiera y mucho menos ha logrado un desarrollo, ni en un aspecto económico, ni educativo, ni social que sea, lo suficientemente bueno, que le permita encontrarse en mejores circunstancias. Algunas fuentes refieren que el porcentaje de población que se encuentra en condiciones de pobreza y desvinculación social, es de un 10% del total de población mexicana. Si bien, existen diferentes tipos de instituciones tanto públicas como privadas, que han trabajado para que abrir oportunidades y espacios a las artesanías mexicanas, este no es suficiente o bien no ha sido planeado a futuro de la mejor forma, ni mucho menos se han integrado entre sí. Lo que conlleva el planteamiento de la siguiente pregunta: ¿Se cuenta con estrategias para la competitividad en el sector artesanal que aproveche el TLC que México firmó con la Unión Europea?

Ante una notoria necesidad de estrategias de comercialización y diferentes oportunidades a las actuales para las artesanías mexicanas, y por otra parte un total de 12 TLC'S no resulta congruente que se siga centralizando toda la oferta exportable en un sólo país (USA), cuando se tiene un abanico de opciones como lo representa el TLCUEM (Tratado de Libre de Comercio entre la Unión Europea y México), con un conjunto de 28 países.

Justificación de la investigación.

México es una nación con una gran diversidad y una riqueza en recursos naturales que le ha permitido desarrollar diferentes actividades económicas; una de ellas, la actividad artesanal a lo largo de su territorio, la cual representa herencia cultural, tradiciones, historia e identidad del país. Por años la artesanía sólo ha sido valorado y reconocido por grupos reducidos de la sociedad mexicana y en mayor magnitud por los extranjeros, respondiendo a una serie de condiciones sociales y culturales que identifican a nuestro país. El sector artesanal no ha logrado sobresalir, como otros sectores en el país, ya que guarda una serie de características y condiciones propias, que no se han trabajado y potencializado en la dirección correcta. Hablamos de un sector con gran presencia de población indígena, la cual guarda tradiciones, creencias, costumbres y lenguas que se encuentra desvinculadas al resto de la población, propiciado en parte por la ubicación

geografía, esto aunado a una situación de pobreza que enfrenta el sector, falta de acceso a la educación y falta de información que lo han situado en una situación poco favorable. Pueden ser muchos o pocos los esfuerzos que se hagan para apoyar el sector, pero en el ámbito económico, ¿cómo se puede incentivar el flujo de dinero?, hacia el artesano que enfrenta diversas carencias, desde un ámbito internacional, ¿de qué manera se pueden aprovechar los tratados de libre comercio firmados por México?...Son diversas las razones por las cuales es necesario identificar las estrategias para el aprovechamiento del comercio exterior en pro de la economía mexicana, en particular del sector artesanal que ha sido dejado de lado durante años.

Al ser la artesanía un objeto con un manejo especial por parte del artesano, donde el procedimiento deja de ser industrial y de utilizar grandes máquinas o tecnología para su elaboración, lo posiciona como un producto de alta calidad; el cual es bien valorado y aceptado en países como Alemania, Australia, Canadá, Colombia, España e Italia; siendo estos, los principales destinos de la artesanía mexicana, resultando tarea principal de este trabajo de investigación incentivar su apertura.

Existe mucho potencial para que México puede exportar sus artesanías a distintos países de la Unión Europea, la cual actualmente tiene a 28 países miembros. El objeto de esta investigación es aprovechar en particular el Tratado de Libre Comercio que se tiene con la Unión Europea vigentes con diversos países para crear una sólida plataforma de exportación mexicana en el sector artesanal, a través de la aplicación de estrategias comerciales integrales para la competitividad del mismo.

Matriz de congruencia

Tabla 2. Matriz de congruencia

Tema	Pregunta de Investigación	Objetivo Principal	Hipótesis
“Estrategias para la competitividad del sector artesanal de México: alternativa para un mejor aprovechamiento del TLCUEM”	¿Se aplican estrategias para la competitividad en el sector artesanal que aproveche el TLC que México firmó con la Unión Europea?	Conocer la aplicación de estrategias para la competitividad del sector artesanal de México, para un mejor aprovechamiento del TLCUEM.	Sí el sector artesanal de México aplica las estrategias de diferenciación, enfoque e internacionalización, entonces habrá un mejor aprovechamiento del TLCUEM.

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación en curso.

Tipo de investigación: Investigación Cualitativa.

Tipo de Análisis: Análisis descriptivo. Su objetivo es describir el estado, las características, factores y procedimientos, presentes en fenómenos y hechos que ocurren en forma natural, sin explicar las relaciones que se identifiquen.

“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos comunidades, procesos, objetos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir; miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar”.²⁶

Resultados de la investigación

Para validar la hipótesis de la presente investigación de campo, se consideró realizar una comparación de los datos y estadísticos desarrollados con trademap, en relación a la exportación de artesanías mexicanas a Europa, además de realizar la comparación con los datos que arrojaron la aplicación de entrevistas a artesanos con experiencia en

²⁶ Con base en: 2. Metodología de la Investigación. Roberto Hernández Sampieri., Carlos Fernández Collado., María del Pilar Baptista Lucio. Mc Graw Hill, 6ta edición. México. 2014. Pág 96.

la exportación o envió de artesanías al extranjero, la entrevista a representante de Fonart y la entrevista de 2 expertos, maestros artesanos.

Método

Para esto se realizarán las siguientes actividades.

Paso 1. Se revisará la literatura. Se acudirá a fuentes de información, fuentes históricas, información estadística (censos- Inegi), indicadores de exportaciones y valores que proporcionan los principales organismos de información estadística y económica tanto de México como de la Unión Europea.

Paso 2. Se realizará la consulta en trademap y comtrade, una vez que se tenga las fracciones arancelarias en las cuales caen las 17 ramas artesanales. Conformando así las principales estadísticas de exportación del sector artesanal.

Paso 3. Se encuestará a artesanos que previamente, cuenten con una experiencia de comercio al exterior de sus creaciones, para tener información específica que aporte a nuestro objetivo de investigación.

Paso 4. Se realizará un análisis descriptivo, a fin de conocer e indagar más sobre las exportaciones de artesanías mexicanas a la Unión Europea, a partir de la información obtenida en los pasos anteriores.

Paso 5. Se analizará la información, procesará y se presentará en gráficas y cuadros.

Paso 6. Se conocerá la presencia o ausencia de una estrategia para el aprovechamiento del TLCUEM, por parte de los artesanos mexicanos a fin de conocer e interpretar la situación de la hipótesis planteada.

Debido a que no se cuenta con un número identificado y censado de las empresas de artesanías que exportan sus artículos, mientras que de acuerdo con los datos de INEGI, en México al año 2017 existen 12,896,833 de artesanos, resultado muy complejo para esta investigación su ejecución. Debido a las características que guarda la población que integra este sector, como su dispersión dentro del territorio nacional, haciendo muy costosa su ejecución, tornándose en una investigación costosa y prolongada. Aunado a esto; el hecho de que no se cuente con el número de artesanos que exportan lo hace

más complejo, debido a que la presente investigación está enfocada a los artesanos que exportan, quienes representarían la población y de ahí se extraería la muestra correspondiente, en un caso idóneo. La falta de información que identifique y mida al sector artesanal de México, fue un impedimento para un óptimo desarrollo de la actual investigación.

Por lo cual, lo más viable para tales efectos fue acudir a espacios artesanales dentro de la Ciudad de México para entrevistar a los artesanos que exportan y conocer cuál ha sido su experiencia.

Los sitios visitados fueron: la ciudadela, mercado de artesanías San Juan y plaza del artesano de Coyoacán.

En la siguiente tabla, se observan los elementos que conformaron la investigación de campo del presente trabajo. En la cual se entrevistaron a 3 figuras para recolectar los datos necesarios de la investigación:

Tabla 3. Descripción de la recolección de datos.

Entrevistado	Descripción	Herramienta utilizada:
1. Representantes privados (10)	Artesanos de los principales espacios de comercialización en la CDMX.	Entrevista semiestructura (Ver anexo 2)
2. Representante público (1)	Promotor internacional de artesanías Fonart.	
3. Expertos (2)	Maestros artesanos de Tlapehuala, Guerrero.	Entrevista Abierta-No estructurada

Fuente: Elaboración propia con la metodología seguida en la investigación, para la recolección de datos.

Capítulo 2. Análisis de la relación comercial de artesanías mexicanas a Europa a raíz del TLCUEM

Hoy por hoy, las artesanías parecen estar viviendo una etapa de reconocimiento y revaloración en el mercado mexicano, propiciado en gran medida por un surgimiento de emprendedurismo y auge del diseño; así mismo por acontecimientos sociales relevantes que han puesto en tela de juicio el tipo de consumo que se realiza por la mayoría de la población, abriendo la invitación a nuevas formas del mismo, uno de ellos; el comercio justo.

Si bien es cierto, que se aprecia un mayor interés en el sector, pocos resultan ser los esfuerzos en pro de apoyar al mismo, ante la serie de necesidades y problemas a los que se enfrenta. Uno de ellos, que se consideró de relevancia, tras la consulta literaria, fue una deficiente comercialización del sector en mercados internacionales.

Con la finalidad de tener un panorama general de la situación del comercio exterior de México que sirva como introducción, para después dar pie llegar al análisis particular de la relación comercial de México con la Unión Europea, se parte de conocer las exportaciones mexicanas con el mundo, considerando todos los productos, enfocándonos en el caso de la UE, para finalmente particularizar en el caso de las artesanías mexicanas, tema que compete, el cual se considera desde la lógica deductiva permite contextualizar y ubicar mejor cualquier tema en particular.

Para tal fin, se consultó trademap obteniéndose los principales socios comerciales de México los cuales se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 4. Principales países a los que México exporta.

País	Valor en 2016 (Miles de dólares)	Valor Porcentual (%)
1. Estados Unidos	\$302,941,607	81.03%
2. Canadá	\$10,427,023	2.79%
3. China	\$5,407,392	1.45%
4. Alemania	\$3,949,201	1.06%
5. Japón	\$3,770,978	1.01%
6. España	\$3,280,539	0.88%
7. Reino Unido	\$3,231,907	0.86%
8. Colombia	\$3,066,294	0.82%
9. Brasil	\$3,056,003	0.82%
10. Corea	\$2,502,280	0.67%
11. India	\$2,055,820	0.55%
12. Francia	\$2,009,235	0.54%
13. Chile	\$1,744,719	0.47%
14. Guatemala	\$1,713,776	0.46%
15. Países Bajos	\$1,636,486	0.44%
16. Italia	\$1,599,967	0.43%
17. Bélgica	\$1,465,450	0.39%
18. Argentina	\$1,408,667	0.38%
19. Perú	\$1,403,705	0.38%
20. Vietnam	\$1,041,666	0.28%
Valor de comercio (20 países)	\$357,712,715	95.68%
Valor total del comercio	\$373,882,951	100%

Fuente: Elaboración propia con base en trademap
http://www.trademap.org/Country_SelCountry_MQ_TS.aspx, Septiembre 2016 (16:00 hrs).

Tal como los datos lo dejan ver la situación de México en materia de comercio exterior es deficiente al tener el 81% de sus exportaciones dirigidas hacia el mismo país (Estados Unidos), situación que se ha presentado desde hace varios años atrás. Por otro lado, se puede destacar que de los 20 primeros socios comerciales de México, 8 pertenecen al continente americano, 7 a la Unión Europea, y 5 al continente asiático; destacando la relación con América y la Unión Europea. De los 7 países que pertenecen a la Unión Europea, el valor porcentual en conjunto por exportaciones mexicanas hacia estos países es de 4.6% representando un mercado de gran relevancia para México, por el número de naciones que lo integra.

Por otro lado, siguiendo con un enfoque analítico y considerando elementos competitivos para el desarrollo de una relación comercial con el mercado europeo más sólida y productiva, se presenta en la siguiente tabla los principales proveedores de bienes hacia Europa, sobresaliendo China y Estados Unidos, que en conjunto le suministran el 35% de bienes.

Tabla 5. Principales países proveedores de bienes a la Unión Europea.

País	Valor a 2015 (Euros)	Valor Porcentual (%)
1. República Popular de China	\$350,435,699,381	20.31%
2. Estados Unidos	\$248,974,985,944	14.43%
3. Federación de Rusia	\$135,569,475,743	7.86%
4. Suiza	\$102,316,816,126	5.93%
5. Noruega	\$74,249,334,432	4.30%
6. Turquía	\$61,603,457,602	3.57%
7. Japón	\$59,769,742,518	3.46%
8. República de Corea	\$42,343,411,911	2.45%
9. India	\$39,446,437,101	2.29%
10. Brasil	\$30,965,733,219	1.79%
11. Vietnam	\$29,977,306,568	1.74%
12. Canadá	\$28,231,190,167	1.64%
13. Taiwán	\$25,501,566,268	1.48%
14. Malasia	\$22,757,324,814	1.32%
15. Arabia Saudí	\$21,406,379,042	1.24%
16. Argelia	\$20,708,112,175	1.20%
17. Tailandia	\$19,565,942,162	1.13%
18. Sudáfrica	\$19,362,935,404	1.12%
19. México	\$19,307,395,872	1.12%
20. Singapur	\$18,956,928,106	1.10%
Valor total del comercio	\$1,725,518,358,635	100%

Fuente: Elaboración propia con base en Comisión Europea DG TRADE
http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=st%2fst_Statistics.html&docType=main&languageId=en&newLanguageId=ES, Septiembre 2016 (13:10 hrs)

Con la información anterior se puede conocer la situación comercial que guarda México con la Unión Europea, ocupando el lugar décimo noveno, como proveedor de ese mercado lo que únicamente representa el 1.12% de la importaciones totales que realiza esa región, aunque este porcentaje es mínimo, lo que representa para México es significativo por la diferencia en el valor entre el peso y el euro, por lo que el valor total

que entra a la nación por las exportaciones que se realizan a la UE es de un gran impacto económico y aunado a ello la presencia dentro de los primeros 20 socios de esta región económica es de considerarse.

Con el fin de conocer el valor comercial entre México y la Unión Europea y como se ha desarrollado en los últimos años, se presenta la siguiente tabla con datos anuales de 2014 a 2016.

Tabla 6. Balanza Comercial entre México y la Unión Europea 2014-2016.

(Miles de dólares)	2014	2015	2016
México exportó a la Unión Europea	\$20,211,271	\$18,233,457	\$19,343,384
México importó de la Unión Europea	\$44,492,491	\$43,704,226	\$42,303,945
Saldo Comercial	-\$24,281,220	-\$25,470,769	-\$22,960,561

Fuente: Elaboración propia con base en datos de trade map, septiembre del 2016.

Con la tabla anterior se puede conocer el valor comercial entre México y la Unión Europea con mayor detalle, y ver su desarrollo en los últimos años, el cual no ha sido el más favorable para México; debido a que este ha ido disminuyendo y en la primera mitad del 2016, no se ha logrado ni la mitad de lo se exportó en 2015. Mientras que las importaciones que México realiza provenientes de esa región son mucho mayores representando más del triple de lo se exporta al viejo continente, arrojando un déficit comercial para México. Varias pueden ser las consideraciones que se rescatan de la tabla anteriormente mostrada, uno de ellos, es el hecho importante que no se debe perder de vista, en cuanto a la relación 1 a 28, México versus 28 países-Unión Europea, lo que por simple lógica nunca podría ser igualitario o equitativo. Estos datos, dejan ver la necesidad de aumentar la exportación hacia Europa, mitigando la disminución comercial de 2014 a la fecha.

“De acuerdo al foro Las artesanías en México situación actual y retos, de Marzo del 2012. La exportación de artesanías mexicanas tiene como destino final principalmente Estados Unidos de América (91%). En el caso de la Unión Europea, México es el principal vendedor de toda América Latina, pero las artesanías representan sólo 2.7% del monto total de exportación.

Las estadísticas señalan que el mercado mundial de importaciones en 2009 se valuó en 852 mil millones de dólares y registró un crecimiento de más de 500 mil millones de dólares, tomando en cuenta que para 2006 el tamaño del mercado era de 326 mil millones de dólares.

En términos de oferta, los seis países que concentran el grueso de las exportaciones son: China, Alemania, Estados Unidos, India, Italia y Japón, países que se quedan con 40% de la exportación mundial. En el caso de China se debe precisar que en los últimos años se ha mantenido como el principal exportador de artesanías, abarcando cerca de 15% de lo exportado a nivel mundial. Sin embargo, las artesanías de países como Italia o Japón siguen siendo reconocidas a nivel mundial por la calidad y belleza de los productos que ofrecen.

En México, en el ámbito internacional, el monto por exportación de artesanía asciende a 5,339 millones de dólares. Como puede observarse, dista mucho del monto que obtuvieron por exportaciones países como Italia o India. Italia exportó 26 mil millones; India, 37 mil millones; China, 141 mil millones; y Alemania, 67 mil millones.

Por el lado de la demanda, los seis principales importadores de artesanía en el mundo en la actualidad son: Estados Unidos, China, Alemania, Francia, Reino Unido y Japón, quienes importaron 40% del total mundial en 2009. El principal demandante de productos artesanales es Estados Unidos, país que concentra 8% de las importaciones. Dentro de los principales rubros que demanda se encuentran productos de madera, joyería y textiles.

Pero no sólo Estados Unidos representa un nicho de mercado para las artesanías mexicanas. También en países de la Unión Europea se debe explorar el mercado. En Alemania, en 2009, el monto de importaciones de artesanías ascendió a 60 mil millones

de dólares, lo que lo convirtió en el tercer país consumidor a nivel mundial. Destaca el hecho de que Alemania concentre 4% de las importaciones de productos mexicanos. Aunado a ello, ocupa el tercer lugar como socio comercial para México, después de Estados Unidos y Canadá, y por ahí en cuarto lugar se asoma Colombia, otro de los países a los que le encanta la artesanía mexicana”.²⁷

Con estos datos y los siguientes que se recaben se puede comprobar la aceptación de las artesanías mexicanas en el extranjero; siendo México el principal proveedor a la Unión Europea de artesanías de toda América Latina, esta posición sin duda puede ser explotada ya que los montos por exportaciones en este rubro aún son mínimas comparadas con el flujo de comercio internacional de artesanías, donde países como China, Alemania, Estados Unidos, India, Italia y Japón, países que se quedan con 40% de la exportación mundial. Y en el caso de China en los últimos años se ha mantenido como el principal exportador, se queda con el 15% de las exportaciones a nivel mundial.

2.1 El comercio de artesanías mexicanas con la Unión Europea después de la firma del TLCUEM y actualmente”

El sector artesanal rico en su esencia, enfrenta una serie de contraste polarizados en un entorno y medio comercial altamente estandarizado, manteniendo con ello un comercio al exterior limitado y un crecimiento económico deficiente.

Con la finalidad de describir la situación comercial internacional del sector artesanal mexicano, se desarrolló la labor de determinar las fracciones arancelarias a las que se sujetan, debido a que no se cuenta con una clasificación propia que concentre o refiera a los objetos artesanales, mismo ámbito donde la “UNESCO da la siguiente recomendación: los gobiernos deben tomar en cuenta los aspectos de la importancia económica del sector artesanal. Deben realizarse estudios particulares con las distintas instancias involucradas: con los servicios aduanales, para mejorar la definición de los productos artesanales, siguiendo los orientaciones del Centro de Comercio Internacional de Ginebra; con los servicios encargados del turismo, para conocer las compras de artesanía por parte de los turistas; y con los servicios encargados de la

²⁷ Con base en: Las artesanías en México: Situación actual y retos. Compilador. Francisco J.Sales Heredia. Foro Marzo 2012. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (CESOP).
<http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/content/download/6520/33176/file/9-Las%20artesan%C3%ADas%20en%20M%C3%A9xico.pdf> Junio 2017 (19:00 hrs)

economía interna, para conocer mejor las compras de artesanía por parte de la población en general”.²⁸

Siendo la propia identificación de la fracción arancelaria (o bien subpartida en la mayoría de los casos) por cada rama artesanal existente en México, un primer paso para conocer estadísticas en materia de comercio internacional del sector artesanal mexicano. Así como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 7. Exportaciones por rama artesanal mexicana al mundo durante 2016, con su respectiva clasificación arancelaria.

Rama artesanal	Clasificación arancelaria	2016 (Dólares)
1. Alfarería y Cerámica	6913	\$35,287,000
	9703	
2. Textiles	5810, 61 (610120,610130,610190,610210,610220,610290,610341,610342,610349,610510,610590,610610,610690,611011,611012,611019,611020,611090,611710,611720,611780,611790)	\$152,292,000
	4420	\$4,962,000
3. Madera	4420	\$4,962,000
4. Cerería	9602	\$42,119,000
5. Metalistería	8306	\$12,237,000
6. Orfebrería	711411	\$187,000
7. Joyería	711319	\$368,367,000
8. Fibras Vegetales	4602	\$11,109,000
	5311	
9. Cartonería y Papel	4811	\$257,426,000
	482370	
10. Talabartería y Peletería	42 (4201,4202,4203,4204,4205,4206)	\$330,953,000
	43 (4301,4302,4303,4304)	
11. Maque y Laca	130190	\$150,000
12. Lapidaría y Cantería	68 (6802,6804,6815)	\$232,669,000
13. Arte huichol	7018 (701810,701820,701890)	\$3,358,000
14. Hueso y Cuerno		\$26,000
15. Concha y Caracol.	9601	\$26,000
16. Vidriería	7013	\$87,484,000
17. Plumaria	6701	\$565,000
Exportación total de artesanías		\$ 1,539,217,000

Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Octubre 2017)

²⁸ Con base en: Índice UNESCO artesanía-turismo. París, <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001362/136238s.pdf> Mayo de 2004. Pág 22. (16:40 hrs)

En la tabla anterior se observa la clasificación arancelaria por cada rama artesanal representativa de México, se puede apreciar que hay casos en los cuales una misma rama artesanal cae en dos clasificaciones, por la misma variedad que representa cada rama o bien, el caso contrario donde una clasificación integra a dos ramas artesanales (caso de la rama 14 y 15), siendo los textiles la rama que mayor cantidad de clasificaciones contempla por sus amplias variedades y presentaciones. La última columna muestra el valor exportado en dólares por México a todo el mundo durante el 2016, siendo la Joyería la rama artesanal que más exporta la nación, seguida de la Talabartería y la Cartonería.

2.1.1 Comercio de artesanías mexicanas a la Unión Europea previa y posteriormente a la firma del TLCUEM

A través de la consulta realizada en comtrade y trademap; no se obtuvieron datos al respecto de las cifras de exportación por las fracciones determinadas (subpartida seleccionada) hacia un mercado Europeo en el periodo previo a la firma y ratificación del tratado de libre comercio (1995-1999). Consultando otras herramientas los resultados fueron los mismos, influyendo en la falta de éxito para la obtención de datos, el hecho de la antigüedad de la consulta y bien la carencia de una fracción arancelaria propiamente, donde pueda identificarse cada una de las artesanías, de tal forma que sea aceptado ampliamente. Lo que vuelve evidente que si hoy día no se cuenta con fracciones arancelarias que permitan clasificar específicamente a las artesanías difícilmente se lograría contar con evidencia histórica previa a la firma del TLCUEM que permita identificar el comportamiento que han tenido en un intercambio con el exterior a fin de obtener conclusiones generales del impacto positivo o negativo que las exportaciones de artesanías mexicanas han tenido en relación particular con el TLCUEM. Por lo cual, dado que las principales bases de datos de flujos en comercio internacional no cuentan con cifras correspondientes al periodo previo a la firma del TLCUEM, se presenta la situación/condición de referir algunos datos de publicaciones e investigaciones previas para tener una idea de cómo era la situación comercial anterior.

De acuerdo a los documentos publicados del TLCUEM, a cerca de las reuniones celebradas anualmente por el Consejo Conjunto México-Unión Europea, en específico la celebrada en Mayo del 2002 en Madrid, “se expresa la satisfacción de los mandatarios por el crecimiento en el comercio bilateral entre ambos mercados del 28.6%, durante los primeros 18 meses de este acuerdo. Las exportaciones mexicanas a la Unión Europea aumentaron el 44.1%, mientras que las ventas europeas al mercado mexicano crecieron el 23.1%”.²⁹

De acuerdo al I Coloquio de Cultura Popular y Artesanías se señala lo siguiente “En lo que respecta al entorno internacional, hay una leve recuperación del sector artesanal pero no logra todavía alcanzar los niveles de crecimiento que tuvo en los últimos años. Distinguimos un buen periodo para la artesanía de 1990 al 2000, ya que la artesanía mexicana estuvo de moda y se vendía muy bien. Sin embargo, a estas fechas la competencia en los mercados internacionales se ha intensificado, principalmente por los productos asiáticos”.³⁰

De acuerdo a la Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea se menciona que los primeros años después de la firma del TLCUEM, las cifras mostraron un decremento, atribuyendo está situación a una creciente participación de la competencia con productos semejantes a las artesanías, de acuerdo a esta “Guía publicada por Proméxico las cifras del 2003, las exportaciones de artículos de decoración y regalos (dentro de las que están consideradas las artesanías) hacia el mercado europeo, tuvieron un alcance por 10 millones de dólares, de un total de 297 millones de dólares para el mismo año, lo que representa tan sólo el 3% de las exportaciones de este rubro, que están siendo destinadas a un mercado europeo.

Donde los principales países de destino de las exportaciones mexicanas de este sector, por orden de importancia son: Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Colombia, Alemania, Egipto, Guatemala, Hong Kong, España, Taiwán, Venezuela, Puerto Rico,

²⁹ Con base en; informes de las reuniones celebradas por el Consejo Conjunto México –Unión Europea Madrid, Mayo 2002 consultado en

<http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/work/models/bruselas/Resource/1/WEB/marco/l%20Cumbre%20Mexico-Union%20Europea.pdf> Julio 2017 (22:00 hrs)

³⁰ Con base en “Memorias: I Coloquio de Cultura Popular y Artesanías” Anuschka van 't Hooft (Coordinadora) 1ra ed 2012. San Luis Potosí México.

Países Bajos, Costa Rica, Francia, Italia, Australia y Japón. Vemos que si bien hay presencia de países europeos esta es igual en países de América. A pesar que la variedad de artículos es extensa, las exportaciones se centraron principalmente en productos de cerámica con un 51%, objetos de vidrio con un 26% y artículos de metal con un 9%, durante los primeros años de promulgación del TLCUEM.

Por otro lado las importaciones procedentes de Europa, de artículos de decoración y regalos (dentro de las que están consideradas las artesanías) fueron tres veces superiores en el 2003, las cuales fueron de 33.43 millones de dólares y las exportaciones de tan sólo 10 millones de dólares, mientras que las exportaciones al mundo por este sector, fueron de 273 millones de dólares y las importaciones desde mundo fueron de 163 millones de dólares. Lo que refleja una balanza comercial por estos artículos favorable para nuestro país, por 134 millones de dólares”.³¹

Los principales países de la Unión Europea que importaron regalos y artículos de decoración en 2004 fueron Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, España, Holanda y Bélgica.

Las siguientes imágenes muestran lo expresado anteriormente:

³¹ Con base en <http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaParaExportarProductosMexicanosALaUnionEuropea.pdf> julio 2017 (18:00 hrs)

Imagen 1. Balanza comercial de México para artículos de decoración y regalos 2001-2003.

México: Balanza comercial de artículos de decoración y regalos*				
Millones de Dólares)				
Concepto	2001	2002	2003	Var. % 03/02
Exportaciones	377.68	318.25	297.08	-6.65
Importaciones	173.42	185.77	163.04	-12.23
Saldo	204.26	132.48	134.04	

* Incluye fracciones 3406, 4414, 4420, 4601, 4602, 6702, 6913, 6914, 7013, 8007, 8306, 9601 y 9602
Fuente: World Trade Atlas, con datos de la Secretaría de Economía, - 2004

Fuente: Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea (Mayo 2017)

Imagen 2. Balanza comercial de México con la Unión Europea, para artículos de decoración y regalos 2001-2003.

México: Balanza comercial de artículos de decoración y regalos con la UE-25				
(Millones de Dólares)				
Concepto	2001	2002	2003	Var. % 03/02
Exportaciones	11.69	10.03	10.00	-0.24
Importaciones	22.71	46.85	33.43	-28.65
Saldo	-11.02	-36.82	-23.42	

* Incluye fracciones 3406, 4414, 4420, 4601, 4602, 6702, 6913, 6914, 7013, 8007, 8306, 9601 y 9602
Fuente: World Trade Atlas, con datos de la Secretaría de Economía, - 2004

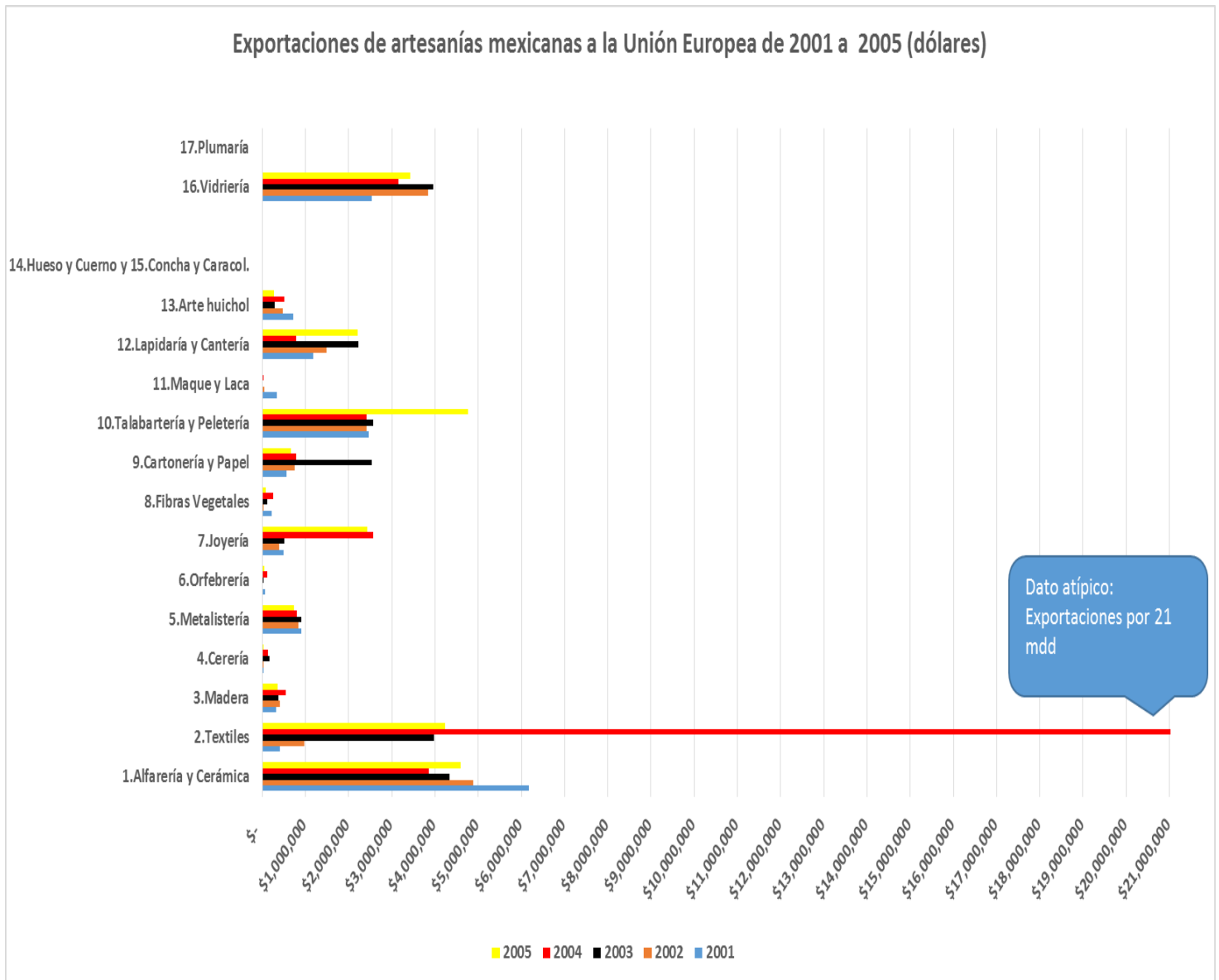
Fuente: Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea (Mayo 2017)

Dado que no existen fuentes de información que brinden datos recientes del sector artesanal, se citan diferentes fuentes que fueron publicadas ya hace un par de años. De acuerdo a la mencionada Guía de exportadores de 2005 los artículos más representativos exportados en 2003, fue la joyería en plata, oro y metales comunes; estatuillas y adornos de cerámica, velas, artículos para servicio de mesa y decorativos de vidrio, marcos de madera y de metales comunes y vajillas de cerámica. Señalando que las exportaciones mexicanas hacia la unión europea en el mismo año, pese a que cuenta con una gran variedad de artículos, dichas exportaciones se centraron principalmente en productos de cerámica (51%), objetos de vidrio (26%) y artículos de metal (9%). Mencionando las tendencias de estos artículos donde los elaborados a base de materias vegetales o minerales y los de cestería son los que representaron un mayor crecimiento en 2003. Por el contrario, entre los artículos con menor impacto figuran los elaborados a base de materias animales, manufacturas de estaño, flores y follajes artificiales.

Con este preámbulo, damos paso a presentar las exportaciones de artesanías mexicanas a la Unión Europea del periodo posterior a la firma del TLCUEM, comprendido del 2001 a 2005, a partir de la consulta de la base de datos en comercio exterior, trademap, la cual unifica la información de exportaciones mexicanas con la posibilidad de identificar mejor valores dentro de las mismas. Tal como se muestra en las siguientes gráficas.

Estas estadísticas fueron realizadas tomando como base las 17 ramas artesanales existentes, mismas que Fonart reconoce hasta la fecha, con las cuales se realizó la investigación de la fracción arancelaria donde caería cada una, es necesario mencionar que para realizar dicha tarea; la clasificación arancelaria que fue la utilizada, no profundiza lo suficiente sobre las características de la composición de los productos a exportarse para las artesanías siendo estas de un carácter amplio y demasiado generalizado, con una orientación hacia productos industriales, a granel y piezas electrónicas y automotrices. Por lo que deja en evidencia la necesidad de ampliar la propia clasificación arancelaria en vísperas de buscar una mayor inclusión de las diferentes actividades económicas que se realizan en nuestro país, como lo es la actividad artesanal.

Gráfica 2. Exportaciones de artesanías mexicanas a la Unión Europea de 2001 a 2005 (dólares).

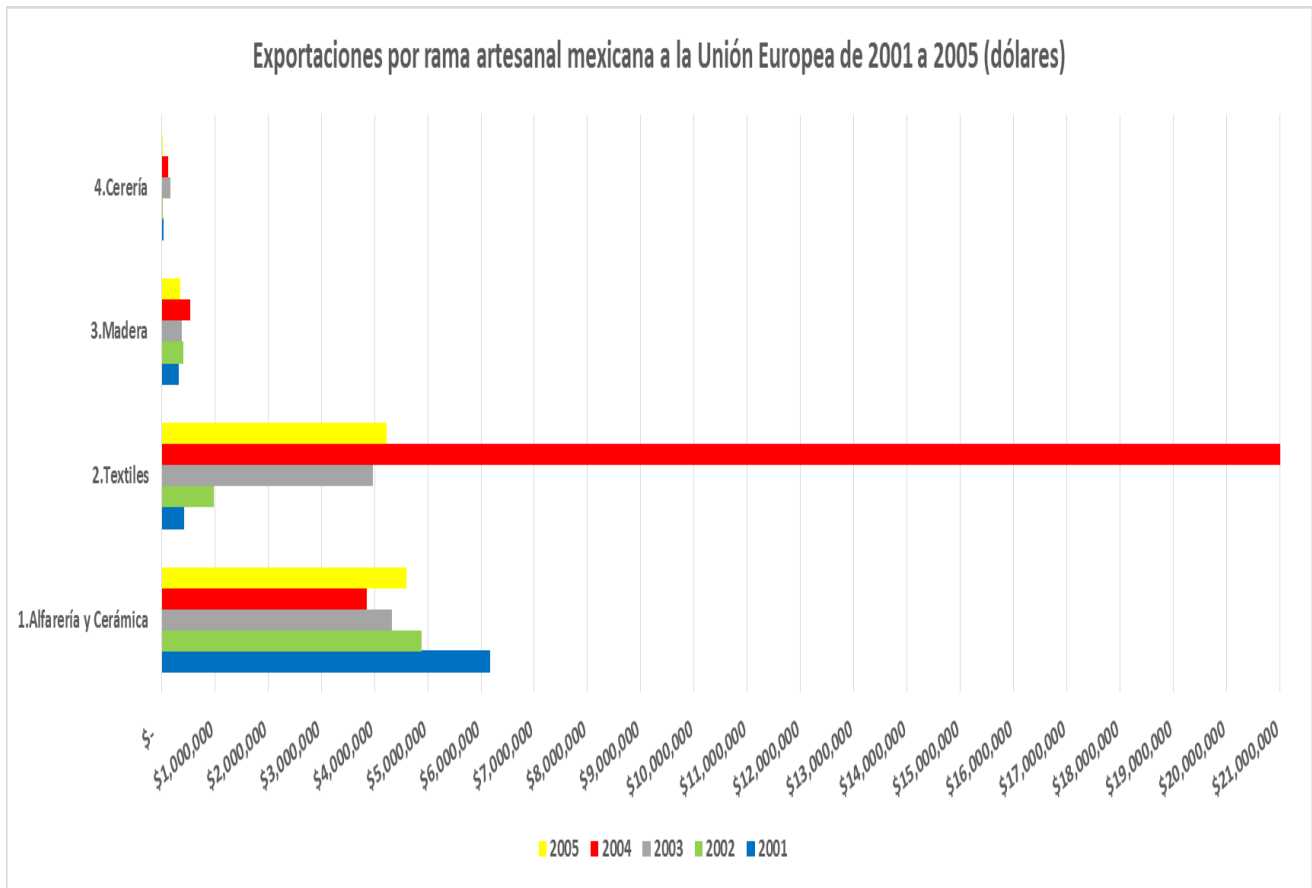


Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Junio 2017)

La gráfica anterior, muestra las exportaciones tentativas de artesanías a la Unión Europea; dado que las artesanías a la fecha no poseen fracción arancelaria que las incluya. Proyectándose cifras a partir del 2001 y hasta el 2005, donde se observa que los Textiles, la Alfarería y la Vidriería fueron las ramas con mayor participación en una actividad comercial hacia el exterior, en el caso de los Textiles dichas exportaciones

fueron incrementándose exponencialmente, presentando un crecimiento de casi el 531% en 2004, con respecto al año anterior, una diferencia muy superior, incluso representa el mayor monto registrado para el periodo de análisis, por 21.090 mdd, mientras que la cifra menor registrada por esta rama fue en 2001 por 411,000 dólares. En los 5 años posteriores a la firma del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea vemos que ha excepción de la Plumaria, Hueso y Concha, las 14 ramas artesanales restantes figuran dentro de las exportaciones mexicanas de artesanías, siendo el caso de los Textiles, Alfarería, Vidriería, Talabartería y Lapidaría las cuales por su valor en la exportación mantuvieron las principales posiciones, mostrando un comportamiento estable, la Alfarería rondaba entre los 4.3 mdd y 6.1 mdd. Mientras que la Vidriería entre los 2.5 millones y casi los 4 millones de dólares. La Talabartería oscilaba entre los 2 mdd y los 5 mdd. Y la Lapidaría entre los 700 mil dólares y 2.3 millones de dólares. En el caso de la Madera, Cerería, Metalistería, Orfebrería, Fibras, Maque, Arte huichol las exportaciones eran inferior al millón de dólares. Mientras que la Joyería y Cartonería tenían variaciones en sus exportaciones importantes, que no permiten interpretar una tendencia concreta, dado la inestabilidad que proyectan. El 50% de los montos de exportación de la gráfica anterior, se encuentra por debajo de los 543,500 dólares, y por el otro lado el 50% corresponden a valores por arriba de este monto, donde el valor más alto registrado fue de 21.090 millones de dólares en 2004 por la rama de textiles, pero sin tomar en cuenta este dato por tener un comportamiento inusual al promedio (histórico), se considerará la cifra de 6.168 millones de dólares que pertenece a la Alfarería y Cerámica registrada en 2001, con estas proporciones se puede apreciar una baja participación en general de las exportaciones de artesanías mexicanas al mercado Europeo.

Gráfica 3. Exportaciones por rama artesanal mexicana a la Unión Europea de 2001 a 2005 (dólares).

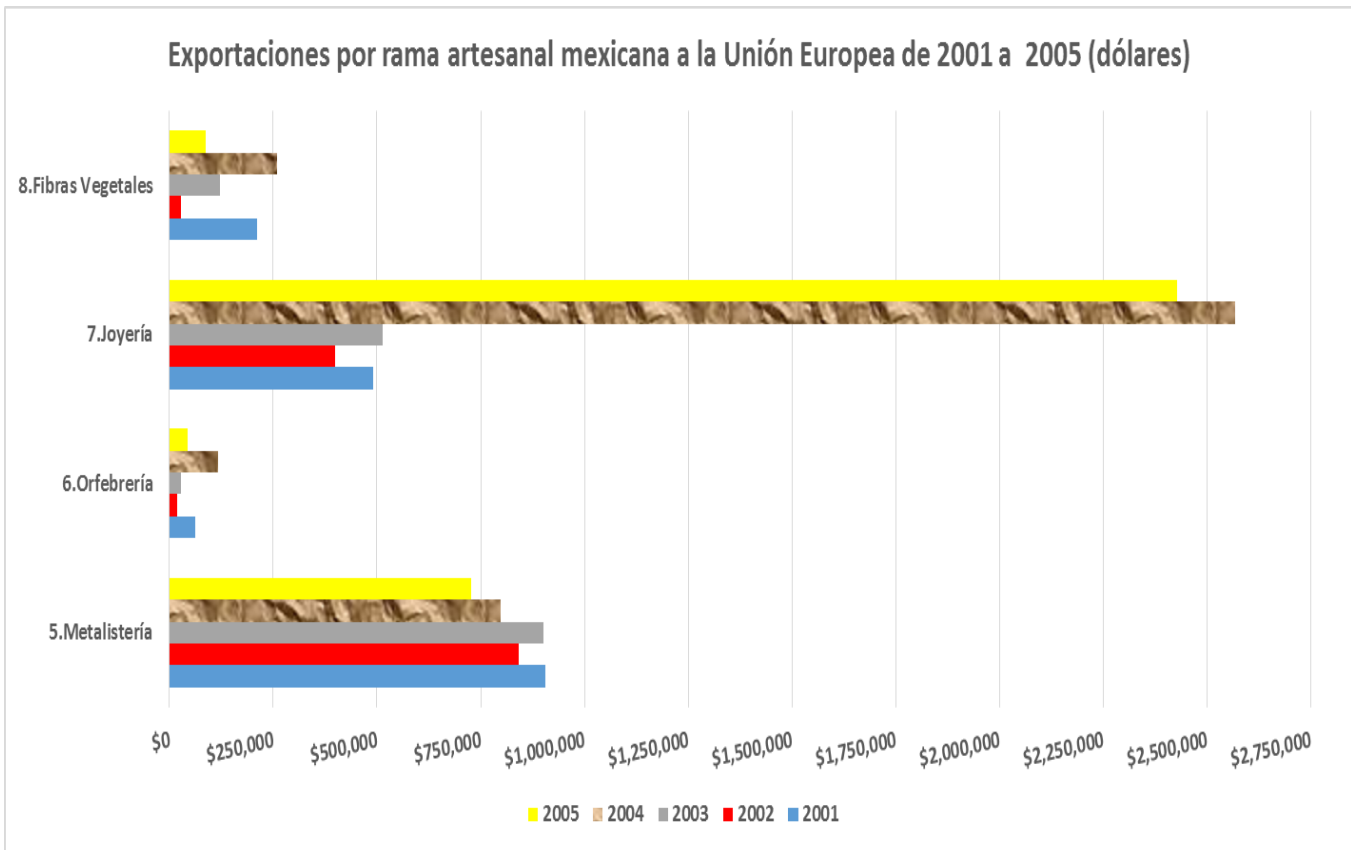


Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Junio 2017)

La gráfica anterior, contempla por orden de relevancia a las ramas artesanales (las primeras cuatro ramas artesanales); en el caso de los Textiles, es la rama artesanal que más figura, presentando un monto de exportación histórico en 2004 por \$21,090,000 dólares y superando a cualquier monto antes registrado por cualquier otra rama en el periodo de 2001 a 2005, los Textiles mostraron un comportamiento de crecimiento exponencial significativo partiendo de los 400 mil dólares en 2001 e incrementándose hasta el monto máximo de 21 mdd en 2004, para quedar en 2005 en 4.232 mdd este monto llama la atención por no tener un comportamiento usual histórico, sino por presentarse de forma aislada a los montos de exportaciones mantenidos. La Alfarería, que ha mostrado un comportamiento con tendencia a la baja durante los 5 años posteriores a la firma del TLCUEM, teniendo en este periodo un valor mínimo de 3.857

millones de dólares y un valor máximo de 6.168 millones de dólares y siendo la que mayor participación tuvo en las exportaciones europeas después de los Textiles. Mientras que la Madera fue pasando de un menor a un mayor monto año tras año, sin mantener un comportamiento lineal, por el contrario, mostró ser variante, donde el monto menor registrado fue en 2001, por 322,000 dólares y el mayor en 2004 por 543,000 dólares. Por último, la Cerería mantuvo montos de exportación muy inferiores donde el valor mayor fue de 170,000 dólares en 2003 y el menor en 2002 por 27,000 dólares, al igual que la rama artesanal anteriormente descriptiva, la Cerería mostró un comportamiento irregular.

Gráfica 4. Exportaciones por rama artesanal mexicana a la Unión Europea de 2001 a 2005 (dólares).

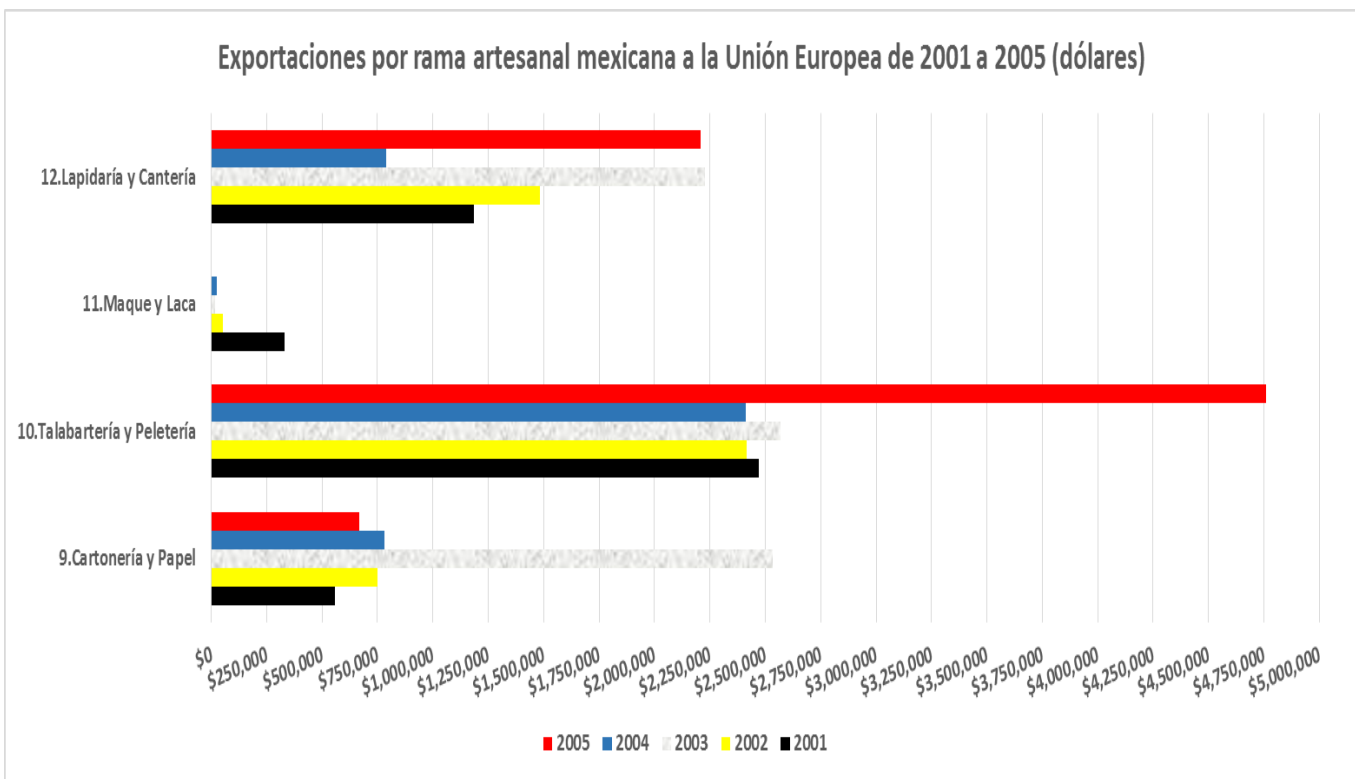


Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Junio 2017)

La gráfica de barras anterior, muestra una mayor participación de la Joyería, la cual ocupó un sexto lugar en las exportaciones, presentando un comportamiento variable año con año, teniendo un incremento considerable de 2003 a 2004, pasando de 514,000

dólares a 2,567,000 dólares, o bien, quintuplicando el valor. Mientras, la Metalistería sostuvo un decremento paulatino en los 5 años, pasando en 2001 de 906,000 dólares, a un valor de 726,000 dólares para 2005. La rama artesanal de Fibras Vegetales, mostró un comportamiento inestable, donde el valor más alto fue el registrado para 2004 por 259,000 dólares y el menor fue en 2002, con 28,000 dólares. La Orfebrería, de igual forma mostro un comportamiento similar, que en el caso de las Fibras Vegetales, una inestabilidad dentro del periodo de análisis (2001-2005), cuyo valor más alto de 117,000 dólares se dio en el año 2004 y el más bajo en 2002, con 18,000 dólares. En esta gráfica en particular, observamos valores muy inestables, a excepción de Metalistería que respondió a un comportamiento lineal.

Gráfica 5. Exportaciones por rama artesanal mexicana a la Unión Europea de 2001 a 2005 (dólares).

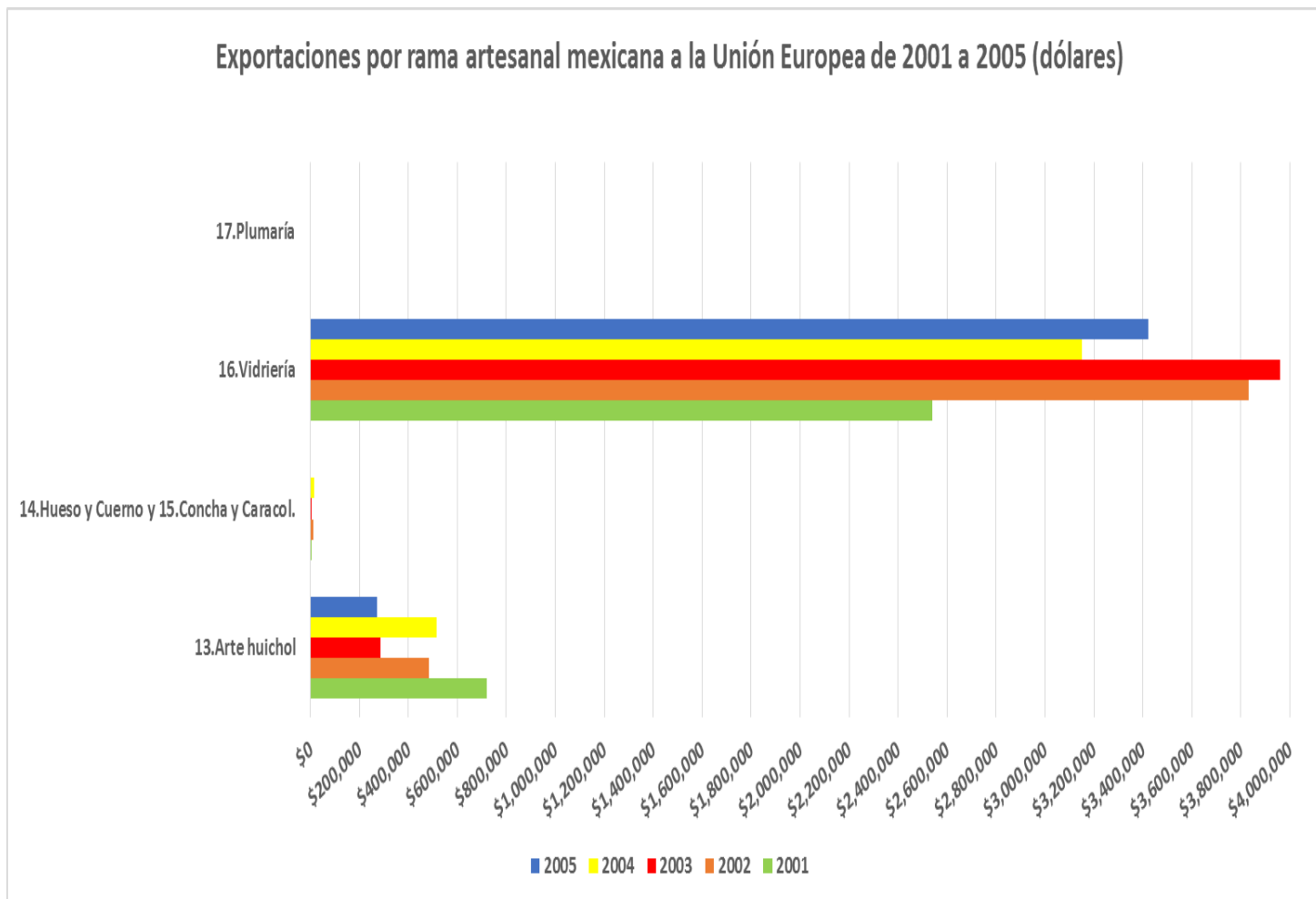


Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Junio 2017)

En el gráfico anterior, se presenta por orden de relevancia, la rama de Talabartería y Peletería la cual tuvo mayor participación en el mercado de exportaciones de artesanías

mexicanas, ocupando el 4to lugar. La misma mantuvo sus exportaciones de forma medianamente regular y constantes hasta 2005 donde se incrementó considerablemente la exportación, duplicándose el monto de años anteriores, llegando a 4,761,000 de dólares. En el caso de la rama artesanal de Lapidaría y Cantería se tiene un fenómeno muy irregular con variaciones en montos, de entre 789,000 y 2,229,000 de dólares, sin embargo, está rama ocupó el 5to lugar de relevancia en las estadísticas presentadas. Por otro lado, la Cartonería y Papel, mantuvo en los primeros años un comportamiento a la alza, detonando en el 2003 donde llegó a 2,535,000 de dólares para posteriormente ir en decremento, acercándose al valor que tuvo en 2001. Por el lado de la rama artesanal de Maque y Laca, se observa un decremento considerable en las exportaciones, ya que se considera de forma particular que esta rama tiene una oportunidad de crecimiento al contar con una denominación de origen, y donde el monto mayor por exportaciones al mercado europeo, se obtuvo en el año 2001 por 333,000 dólares y el monto menor en 2005 por tan sólo 3,000 dólares, lo que refleja un decremento de 330,000 dólares para un periodo de 5 años.

Gráfica 6. Exportaciones por rama artesanal mexicana a la Unión Europea de 2001 a 2005 (dólares).



Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Junio 2017)

La gráfica de barras inmediata anterior, muestra las últimas 5 ramas artesanales de México en relación a sus exportaciones del periodo 2001-2005, figuran en mayor medida la Vidriería, la cual ocupó un tercer lugar por valor de exportaciones artesanales, la cual tuvo un crecimiento y posterior disminución en el valor de sus exportaciones llegando a su valor máximo en 2003 con 3,962,000 de dólares y a su mínimo en el 2001 de 2,539,000 de dólares. Por el lado del Arte Huichol, se manifestó un comportamiento desigual, disminuyendo en su valor, partiendo en 2001 de 721,000 dólares y quedando para 2005 en 272,000 dólares. Otro comportamiento irregular se presentó con la ramas artesanales del Hueso y Cuerno y por la rama de Concha y Caracol, que para efectos

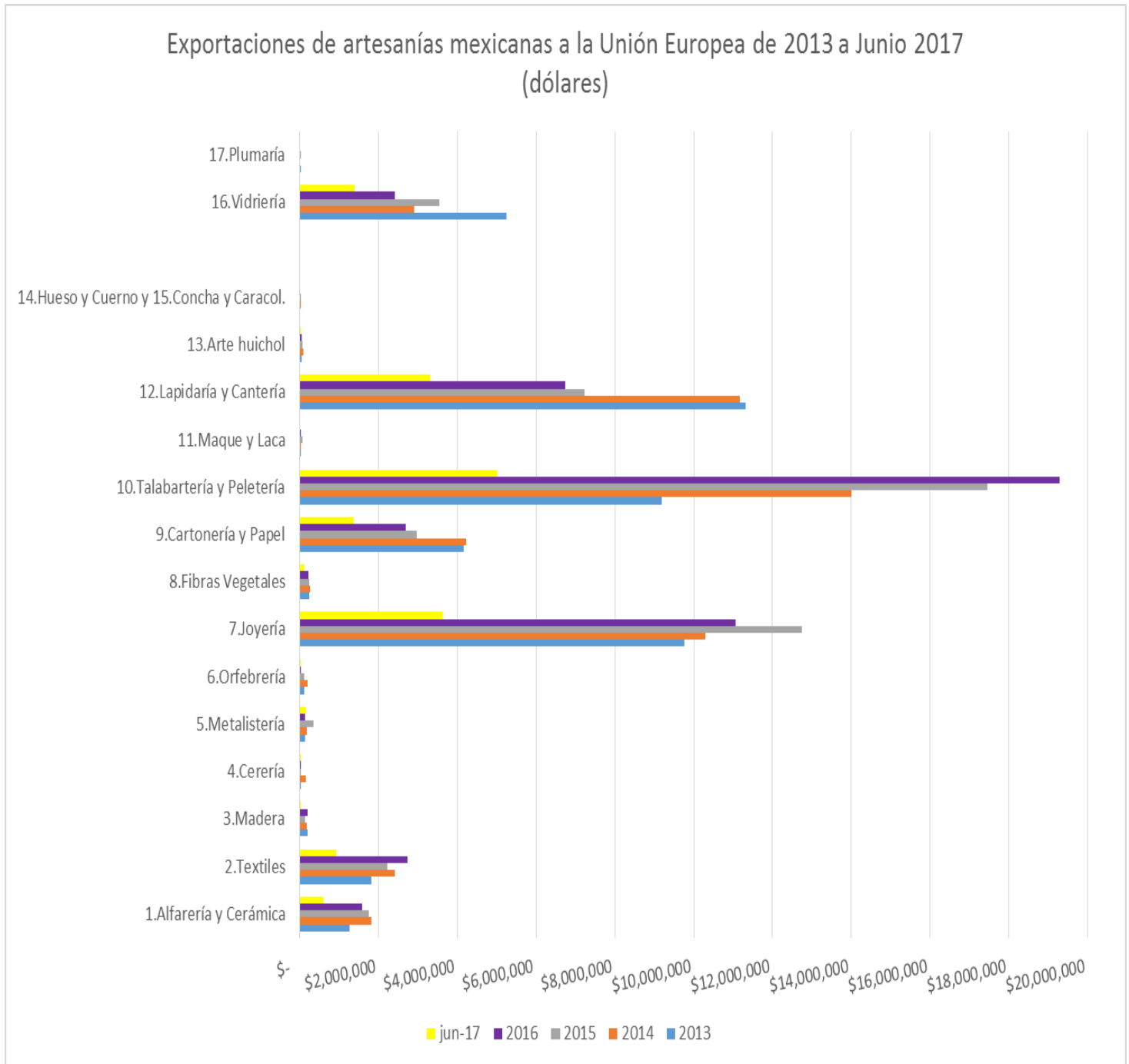
de presentación de datos se homologan, por compartir fracciones arancelarias con descripciones que se le atribuyen a ambas ramas, en la cual los valores presentados para el periodo de análisis son muy diferentes teniendo una variación entre cero y 15 mil dólares. Por último, la rama artesanal de la Plumaria, no presenta datos de exportación para el periodo seleccionado de 2001 y 2005.

A continuación se presentarán los datos actuales del comercio exterior de los artículos artesanales mexicanos a la Unión Europea.

2.1.2 Comercio de artesanías mexicanas a la Unión Europea en los últimos años.

De la misma forma en que se llevó a cabo la identificación de las 17 ramas artesanales dentro de la clasificación arancelaria del sistema armonizado (SA) y se analizó el periodo para los años 2001-2005, se presentan a continuación las gráficas con su respectiva descripción; esta vez para un periodo más actual comprendido entre 2013 y junio de 2017, siendo hasta esta fecha donde la herramienta consultada, trademap, facilita los datos más recientes para nuestro objeto de estudio.

Gráfica 7. Exportaciones de artesanías mexicanas a la Unión Europea de 2013 a Junio 2017 (dólares).



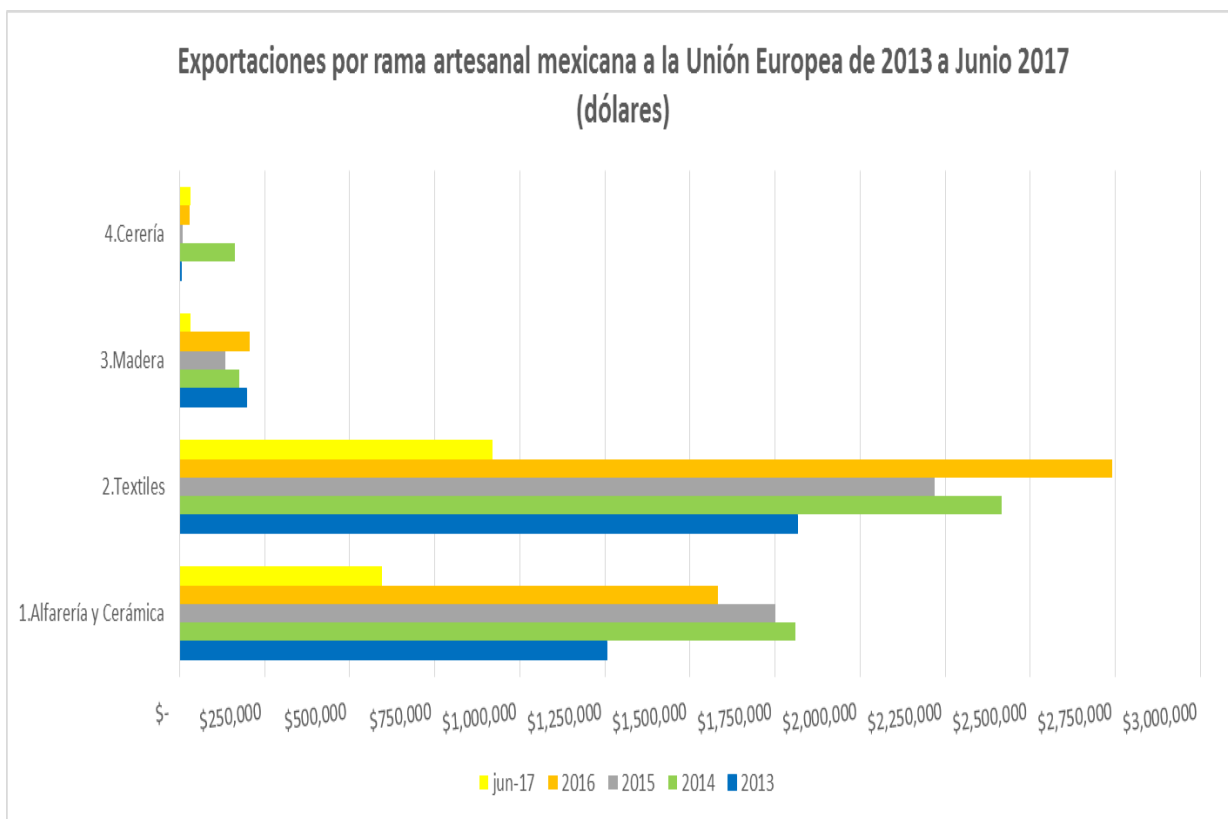
Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Junio 2017)

Tras el análisis realizado de trademap, el gráfico obtenido muestra las principales ramas artesanales que se exportan hacia la Unión Europea para los años comprendidos entre 2013 y junio 2017, donde sobresalen la Talabartería, la Joyería y la Lapidaría,

situándose en un rango de valor de exportaciones entre 6.731 mdd y los 19.296 mdd. Mientras que la Alfarería, los Textiles, la Cartonería y la Vidriería, le continúan en menor grado de participación. En el caso de las ramas artesanales restantes (Madera, Cerería, Metalistería, Orfebrería, Fibras, Maque, Arte huichol, Hueso, Concha y Plumaria) su participación es mucho menor, sin alcanzar el millón de dólares. Para el 2016, año inmediato anterior, la artesanía líder por exportaciones a Europa fue la Talabartería y Peletería, mientras que la artesanía que incluso no mostró cifras de participación hacia el viejo continente fue la Plumaria. El 52% de las exportaciones fueron inferiores a los 262,000 dólares, mientras que el 48% fueron superiores a esta cantidad, cuya exportación mayor fue la registrada por la Talabartería y Peletería en 2016 por 19.296 mdd. Cabe recordar que la moneda de análisis de las cifras presentadas en gráficas, están representadas por dólares, y al hacer la referencia que el 52% de las exportaciones fueron realizadas por montos inferiores a los 262,000 dólares, se estaría hablando de un monto aproximado de \$4,978,000 en moneda nacional (tipo de cambio \$19). Se puede apreciar que en los últimos 5 años las exportaciones hacia el mercado Europeo han tenido un comportamiento inestable; como se muestra y detalla en las siguientes gráficas.

Para el caso comprendido del periodo de 6 meses del año 2017, cabe mencionar que las exportaciones no son representativas a las cifras de años anteriores (ver tabla no.8), donde en la mayoría de los casos no reflejan la mitad de lo que se vendió el año inmediato anterior, se debe tener en cuenta que esto puede atribuirse al hecho que las artesanías tienen temporadas de compra y que diciembre, suele ser el mes con mayor volumen de las misma. Sin embargo, no se deja de lado la observación realizada por el representante de Fonart entrevistado (ver tabla 15), en relación a la baja exportación de artesanías que se ha tenido en el 2017.

Gráfica 8. Exportaciones por rama artesanal mexicana a la Unión Europea de 2013 a Junio 2017 (dólares).

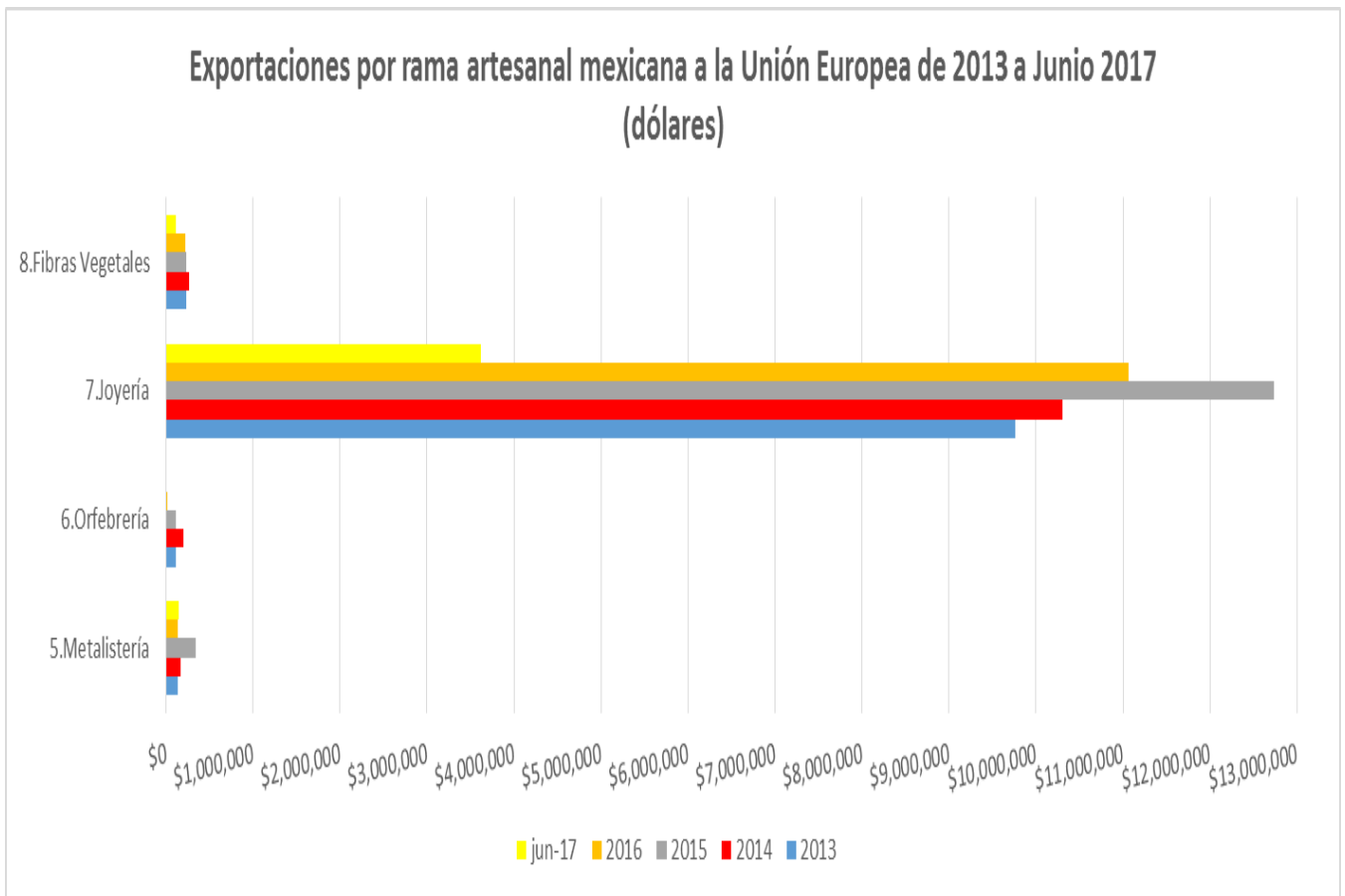


Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Junio 2017)

En la gráfica anterior se aprecia, como la rama de Textiles mantuvo una mayor participación, logrando tener un crecimiento en los últimos 5 años, pasando de 1.816 mdd a 2.741 mdd. En el caso de la Alfarería y Cerámica las exportaciones presentaron un incremento de 2013 a 2014 significativo pero en los años posteriores tuvo un decremento, oscilando las ventas entre 1.257 mdd y 1.811 mdd. Por el lado de la rama artesanal destinada al trabajo con Madera se tuvo un decremento en 2014 y 2015 con respecto al 2013, recuperándose en 2016, proyectando ventas entre 135,000 dólares y 207,000 dólares. Mientras que en el caso de la Cerería el monto de exportación de 2013 a 2014 tiene un rango diferencial muy elevado de 5,000 dólares a 162,000 dólares y en 2015 vuelve a disminuir a 10,000 dólares, mostrando comportamientos muy variados. Para el caso de las exportaciones obtenidas del primer semestre del 2017, ninguna de

las cuatro ramas presentadas en la gráfica, logran alcanzar la mitad de lo que se vendió en el 2016, tornándose interesante el cierre del año 2017, mismo en el cual se desarrolló la investigación (ver tabla no.8).

Gráfica 9. Exportaciones por rama artesanal mexicana a la Unión Europea de 2013 a Junio 2017 (dólares).

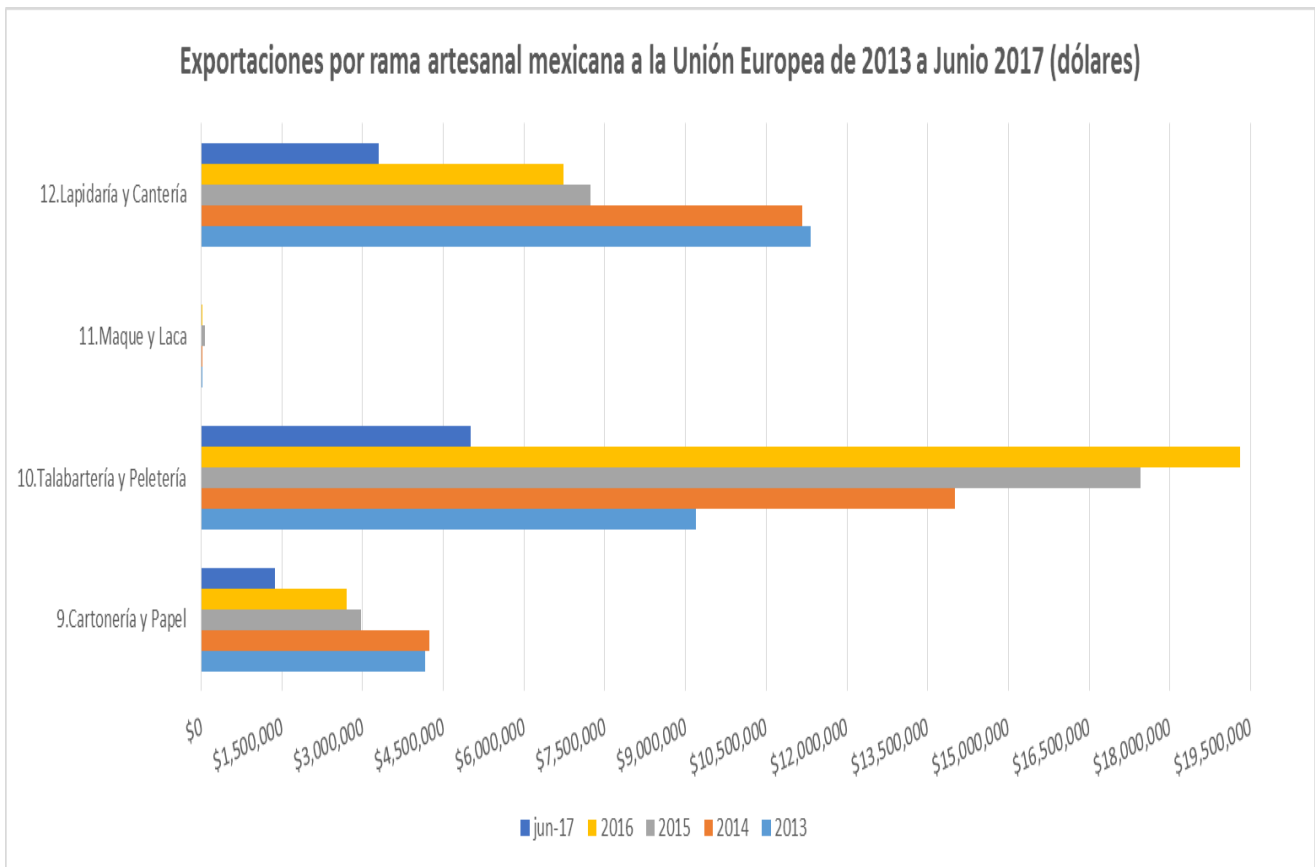


Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Junio 2017)

En el caso de la rama artesanal de la Joyería, es la que mayor participación en un comercio exterior con la Unión Europea tiene, mostrando un incremento paulatino e importante de 2014 a 2015, y para 2016 un decremento, oscilando entre 9.765 mdd y los 12.738 mdd. En el caso de la rama artesanal de Metalistería tuvo un incremento de prácticamente el doble en sus exportaciones a la Unión Europea de 2014 a 2015, pero para el 2016 disminuye más de la mitad (61%), denotando un comportamiento

inestable con una variación en las exportaciones entre 132,000 dólares y 342,000 dólares. Por parte de la rama artesanal de Orfebrería, tuvo un comportamiento desigual entre 2013 y 2015 pero hasta cierto punto aceptable, sin embargo para 2016 disminuye significativamente un 82%, pasando de 119,000 dólares en 2015 a 21,000 dólares en 2016. En el caso de las Fibras Vegetales han tenido un comportamiento estable por arriba de los 220,000 dólares alcanzando su máximo en exportaciones en 2014 de 262,000 dólares. En relación a los meses investigados del año 2017 (ver tabla no.8), la Metalistería logra superar en 6 meses lo vendido en el año anterior, las Fibras vegetales, logran alcanzar la mitad de la cifra vendida el año anterior, para el caso de la Orfebrería y Joyería no se ha logrado alcanzar la mitad de lo exportado en 2016.

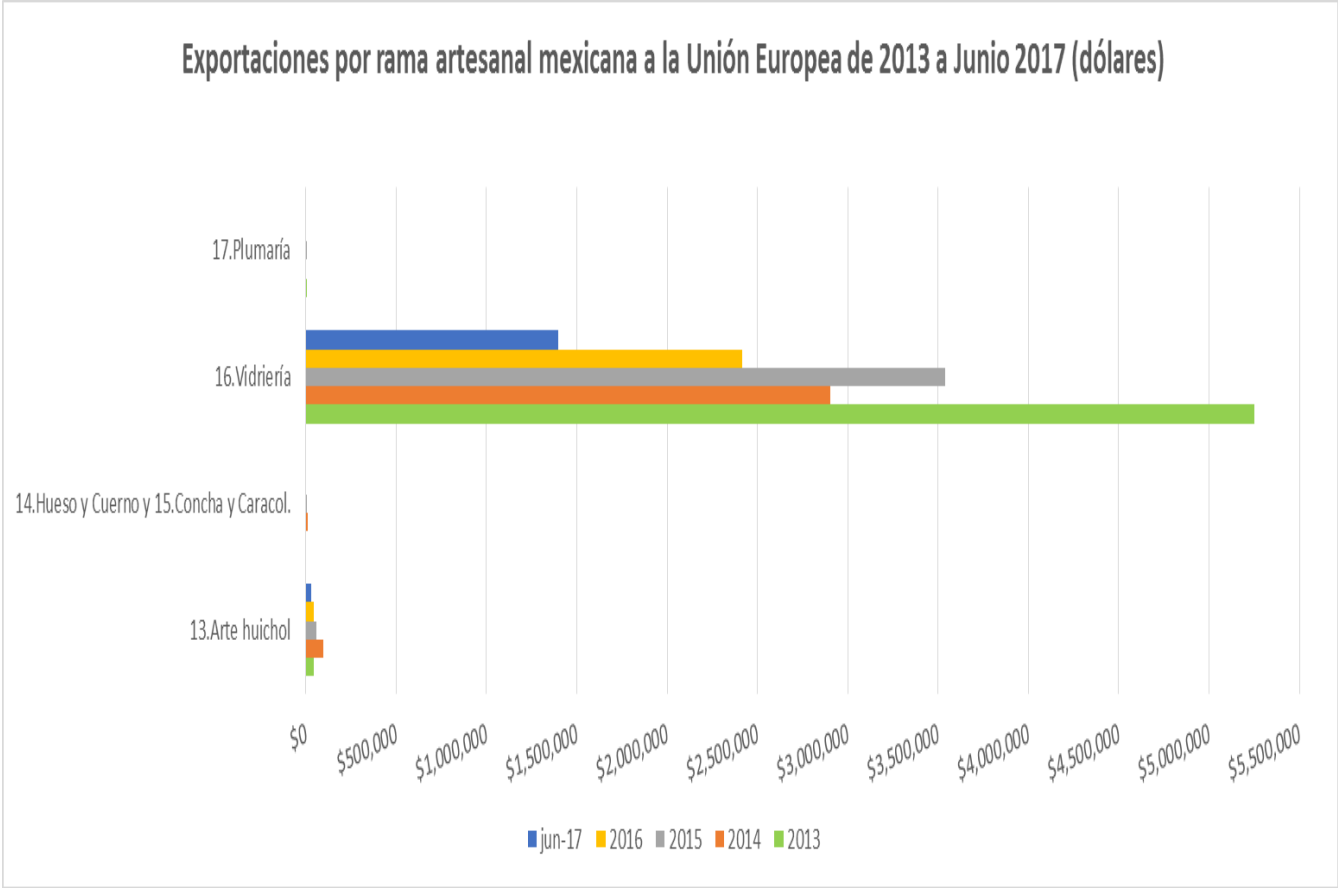
Gráfica 10. Exportaciones por rama artesanal mexicana a la Unión Europea de 2013 a Junio 2017 (dólares).



Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Junio 2017)

En la anterior gráfica, se presenta que las exportaciones de la rama artesanal de Talabartería y Peletería tienen una mayor influencia en el comercio exterior mexicano, mostrando un incremento paulatino importante en los últimos años, superando en 2016 los 19 millones de dólares; mientras que la Lapidaría y Cantería, que tienen una participación relevante en las exportaciones mexicanas, tuvieron un decremento importante en 2015 y 2016 con respecto al 2013 y 2014, teniendo un valor de exportación en 2016 de 6.731 mdd, siendo este el monto menor y el mayor de 11.319 mdd. La rama artesanal de la Cartonería y Papel mostraron un comportamiento similar al de la Lapidaría y Cantería, disminuyendo sus exportaciones de 2015 y 2016 con respecto al 2013 y 2014, esta disminución fue superior a 1 millón de dólares, situándose en 2016 en un valor de 2,700,000 dólares. En el caso del Maque y Laca se tiene un comportamiento desproporcional, donde de 2014 a 2015 las exportaciones pasaron de 14,000 dólares a 68,00 dólares; para en 2016 disminuir hasta 3,000 dólares esta rama artesanal tiene una participación baja en el total de exportaciones de artesanías mexicanas hacia el mercado europeo, cabe mencionar que esta última cuenta con una denominación de origen. Para el análisis correspondiente a los 6 primeros meses del 2017 (ver tabla no.8), y de cierta forma visualizar el cierre en el caso de la Cartonería y Lapidaría logran prácticamente la mitad de las exportaciones del año anterior. Mientras que la Peletería no alcanza una tercera parte de lo vendido en 2016 y para el Maque no figura cifra de exportación para este semestre.

Gráfica 11. Exportaciones por rama artesanal mexicana a la Unión Europea de 2013 a Junio 2017 (dólares).



Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Junio 2017)

La rama artesanal que tiene un participación considerada, dentro de las exportaciones de artesanías a la Unión Europea es la Vidriería, sin embargo, disminuyó de su valor en 2013 el cual fue de 5.252 mdd y que en 2016 cerró en 2.416 mdd disminuyendo un 54% y en el primer semestre del 2017 únicamente se ha exportado 292,000 dólares. El arte Huichol, un arte muy característico de nuestro país, ha tenido un comportamiento inestable, incrementándose su valor en exportaciones hacia Europa en 2014, donde alcanzó su mayor valor en 99,000 dólares y que en 2016 llegó a los 45,000 dólares y para el primer semestre del 2017, lleva 28 mil dólares. En el caso de las ramas artesanales de Hueso y Cuerno/Concha y Caracol, las cifras se homologan, ya que se

determinó compartir la misma fracción arancelaria por referirse a productos con gran grado de similitud, sin embargo aun así, su participación en las exportaciones es mínima; donde los valores encontrados corresponden únicamente para los años de 2014 y 2015, donde fue de 9 mil dólares y mil dólares respectivamente, evidentemente su estadística es nula y muy fluctuante. Ocurre una situación muy similar con el arte de Plumaria y última rama artesanal, de la cual la herramienta trademap sólo cuenta con cifras de exportación para los años 2013 y 2015 y que ambos casos corresponden a los 1,000 dólares. Mientras que para el primer semestre del 2017, el comportamiento es bueno para el Arte Huichol y la Vidriería, las cuales logran rebasar la mitad de lo exportado en 2016, no obstante para las ramas de Hueso, Concha y Plumaria, aún no se registran datos de exportación para el 2017(ver tabla no.8).

2.1.3 Análisis comparativo del desarrollo comercial de artesanías mexicanas a Europa a raíz del TLCUEM.

En el presente apartado se desarrolla un análisis, que se origina tras la determinación de las fracciones arancelarias en las cuales las artesanías caerían, mismas con las que se extrajeron datos de trademap, para conformar las estadísticas del sector artesanal para los periodos posteriores a la firma del tratado (2001-2005) y para años recientes (2013-junio 2017), dando pie a realizar el comparativo analítico para ambos periodos, el cual se muestra en la siguiente tabla, expresándose en ella las cifras en dólares de lo exportado por cada rama artesanal, con su respectivo indicador de crecimiento/decrecimiento anual.

Tabla 8. Análisis comparativo de las exportaciones artesanales para el periodo 2001-2005 vs. 2013- Junio 2017.

	Primer Periodo 2001 a 2005.									Segundo periodo 2013 a Jun 217.								
Rama artesanal	2001	Crecimiento Anual (2002)	2002	Crecimiento Anual (2003)	2003	Crecimiento Anual (2004)	2004	Crecimiento Anual (2005)	2005	2013	Crecimiento Anual (2014)	2014	Crecimiento Anual (2015)	2015	Crecimiento Anual (2016)	2016	Crecimiento Anual (Jun 2017)	jun-17
1. Alfarería y Cerámica	\$6,168,000	-20.77%	\$4,887,000	-11.44%	\$4,328,000	-10.88%	\$3,857,000	19.21%	\$4,598,000	\$1,257,000	44.07%	\$1,811,000	-3.26%	\$1,752,000	-9.70%	\$1,582,000	-62.45%	\$594,000
La Alfarería y cerámica no lograron tener un crecimiento para el segundo periodo de análisis y el más reciente, dado que para los primeros 5 años posteriores a la firma del TLCUEM, presentó una tasa media de crecimiento de -7.08%, pero para 2013-2016 esta fue del 7.97%.																		
2. Textiles	\$411,000	139.17%	\$983,000	303.87%	\$3,970,000	431.23%	\$21,090,000	-79.93%	\$4,232,000	\$1,816,000	33.04%	\$2,416,000	-8.15%	\$2,219,000	23.52%	\$2,741,000	-66.47%	\$919,000
Los Textiles es una de las artesanías que más se desarrolla en el territorio nacional, y que para el primer periodo de análisis mostró cifras con crecimiento exponencial significativo teniendo un crecimiento en el periodo de 79.13%, mientras que para el segundo periodo fue únicamente de 14.71%.																		
3. Madera	\$322,000	29.19%	\$416,000	-9.13%	\$378,000	43.65%	\$543,000	-34.07%	\$358,000	\$197,000	-10.66%	\$176,000	-23.30%	\$135,000	53.33%	\$207,000	-84.06%	\$33,000
El primer periodo reciente a la firma del TLCUEM las artesanías de madera lograron tener una tasa de crecimiento media de 2.68%, y para el periodo que comprende del 2013 a 2015 esa tasa sólo fue del 1.66%.																		
4. Cerería	\$29,000	-6.90%	\$27,000	529.63%	\$170,000	-25.88%	\$126,000	-76.98%	\$29,000	\$5,000	3140.00%	\$162,000	-93.83%	\$10,000	200.00%	\$30,000	10.00%	\$33,000
La Cerería ha tenido una participación mínima en las exportaciones mexicanas, dado que para el primer periodo de análisis no registró crecimiento alguno y para el segundo periodo mostró un crecimiento del 81.71%, esta artesanía presenta una inestabilidad en las exportaciones muy marcada.																		
5. Metalistería	\$906,000	-7.06%	\$842,000	7.13%	\$902,000	-11.64%	\$797,000	-8.91%	\$726,000	\$139,000	25.18%	\$174,000	96.55%	\$342,000	-61.40%	\$132,000	11.36%	\$147,000
La piezas realizadas con metales, mostraron un decrecimiento para el primer periodo de -5.39% y para el segundo periodo de -1.71%. De acuerdo a las cifras por exportaciones de esta rama artesanal, lejos de tener una participación mayor en las exportaciones estas han disminuido significativamente en los años recientes.																		
6. Orfebrería	\$62,000	-70.97%	\$18,000	55.56%	\$28,000	317.86%	\$117,000	-63.25%	\$43,000	\$115,000	80.00%	\$207,000	-42.51%	\$119,000	-82.35%	\$21,000	-85.71%	\$3,000
La Orfebrería para un periodo comprendido entre 2001 y 2005, registro un decrecimiento de -8.74% y para el segundo periodo de -43.27%.																		

Rama artesanal	2001	Crecimiento Anual (2002)	2002	Crecimiento Anual (2003)	2003	Crecimiento Anual (2004)	2004	Crecimiento Anual (2005)	2005	2013	Crecimiento Anual (2014)	2014	Crecimiento Anual (2015)	2015	Crecimiento Anual (2016)	2016	Crecimiento Anual (Jun 2017)	jun-17
7.Joyería	\$492,000	-18.90%	\$399,000	28.82%	\$514,000	399.42%	\$2,567,000	-5.41%	\$2,428,000	\$9,765,000	5.48%	\$10,300,000	23.67%	\$12,738,000	-13.12%	\$11,067,000	-67.26%	\$3,623,000
<p>La joyería es una de las artesanías mexicanas con mejor aceptación en el exterior demostrándolo en sus cifras, donde en el primer periodo de análisis mostró un crecimiento del 49.05% y para el segundo periodo este crecimiento fue del 4.26%.</p>																		
8.Fibras Vegetales	\$212,000	-86.79%	\$28,000	332.14%	\$121,000	114.05%	\$259,000	-66.02%	\$88,000	\$238,000	10.08%	\$262,000	-12.60%	\$229,000	-2.62%	\$223,000	-50.22%	\$111,000
<p>Las Fibras Vegetales es una de las actividades artesanales que más se extiende en el territorio mexicano, misma que no ha logrado tener gran participación en las exportaciones dado que para el 1er periodo tuvo una disminución del -19.73% y un decrecimiento de -2.15% para el segundo periodo.</p>																		
9.Cartonería y Papel	\$560,000	33.93%	\$750,000	238.00%	\$2,535,000	-69.19%	\$781,000	-14.34%	\$669,000	\$4,154,000	1.90%	\$4,233,000	-29.67%	\$2,977,000	-9.30%	\$2,700,000	-48.96%	\$1,378,000
<p>La Cartonería y Papel logró una tasa de crecimiento media del 4.55% para el primer periodo de análisis, y disminución de -13.38% para el segundo periodo.</p>																		
10.Talabartería y Peletería	\$2,470,000	-2.15%	\$2,417,000	6.21%	\$2,567,000	-6.04%	\$2,412,000	97.39%	\$4,761,000	\$9,187,000	52.44%	\$14,005,000	24.66%	\$17,459,000	10.52%	\$19,296,000	-74.05%	\$5,007,000
<p>Las piezas artesanales realizadas con piel han mostrado gran aceptación en el mercado europeo, donde en los años recientes a la firma del TLCUEM, registró un crecimiento medio del 17.83% y para el 2013-2016 fue aún mayor del 28.07%.</p>																		
11.Maque y Laca	\$333,000	-84.68%	\$51,000	-66.67%	\$17,000	41.18%	\$24,000	-87.50%	\$3,000	\$6,000	133.33%	\$14,000	385.71%	\$68,000	-95.59%	\$3,000	-100.00%	\$0
<p>El Maque y Laca son piezas que no han tenido el éxito esperado en el viejo continente donde en el primer periodo mostraron un decrecimiento fuerte del -69.19% y para el segundo periodo de -20.63%.</p>																		
12.Lapidaría y Cantería	\$1,185,000	25.15%	\$1,483,000	50.30%	\$2,229,000	-64.60%	\$789,000	180.10%	\$2,210,000	\$11,319,000	-1.38%	\$11,163,000	-35.23%	\$7,230,000	-6.90%	\$6,731,000	-50.96%	\$3,301,000
<p>La artesanía a base del tallado de piedras, han mostrado importantes flujos de exportación, donde en los primeros años a la firma del TLCUEM, tuvo un crecimiento medio del 16.86%, sin embargo para el segundo periodo decreció un -15.91%.</p>																		

Rama artesanal	2001	Crecimiento Anual (2002)	2002	Crecimiento Anual (2003)	2003	Crecimiento Anual (2004)	2004	Crecimiento Anual (2005)	2005	2013	Crecimiento Anual (2014)	2014	Crecimiento Anual (2015)	2015	Crecimiento Anual (2016)	2016	Crecimiento Anual (Jun 2017)	jun-17
13.Arte huichol	\$721,000	-33.01%	\$483,000	-40.79%	\$286,000	79.72%	\$514,000	-47.08%	\$272,000	\$44,000	125.00%	\$99,000	-39.39%	\$60,000	-25.00%	\$45,000	-37.78%	\$28,000
El distintivo Arte Huichol, ha registrado un decrecimiento en general, donde de 2001 a 2005 un 21.63% y para 2013-2016 creció únicamente el 0.75%, mostrando mayores montos de exportación para los años recientes a la firma del TLCUEM.																		
14. Hueso y Cuerno y 15.Concha y Caracol.	\$2,000	550.00%	\$13,000	-92.31%	\$1,000	1400.00%	\$15,000	-100.00%	\$0	\$0	100.00%	\$9,000	-88.89%	\$1,000	-100.00%	\$0	Sin dato	\$0
Los artículos hechos con Hueso o Concha en general han figurado poco en las exportaciones a Europa, con cifras muy inestables, donde en el primer periodo la fluctuación fue del 100% y para el segundo periodo no fue posible el determinar un cálculo dado la falta de datos de exportación donde el monto mayor considerando los dos periodos fue de 15 mil dl.																		
16.Vidriería	\$2,539,000	50.89%	\$3,831,000	3.42%	\$3,962,000	-20.42%	\$3,153,000	8.53%	\$3,422,000	\$5,252,000	-44.71%	\$2,904,000	21.83%	\$3,538,000	-31.71%	\$2,416,000	-42.22%	\$1,396,000
La Vidriería tuvo un crecimiento para el primer periodo de 7.75% y para el segundo periodo mostró una disminución del -22.80%.																		
17.Plumaria	\$0	Sin dato	\$0	Sin dato	\$0	Sin dato	\$0	Sin dato	\$0	\$1,000	-100.00%	\$0	100.00%	\$1,000	-100.00%	\$0	Sin dato	\$0
La Plumaria es una de las artesanías que prácticamente no figura en las exportaciones mexicanas a Europa, teniendo años en los cuales no se registran montos, como fue el caso para el primer periodo de análisis y donde para el segundo periodo fueron únicamente dos años en los cuales se dio exportación al menos, siendo éstos por montos de mil dólares en cada ocasión.																		
Total	\$ 16,412,000	1.32%	\$ 16,628,000	32.36%	\$ 22,008,000	68.32%	\$ 37,044,000	-35.65%	\$ 23,839,000	\$ 43,495,000	10.21%	\$ 47,935,000	1.97%	\$ 48,878,000	-3.45%	\$ 47,194,000	-64.88%	\$ 16,573,000
Los flujos totales anuales por exportación de artesanías mexicanas a la Unión Europea, sí muestran un crecimiento paulatino con el paso de los años, mismo que fue más significativo y notorio para los años recientes a la firma del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea, donde la Tasa de Crecimiento Medio para el periodo de 2001 a 2005 fue de 9.78% y para el periodo comprendido de 2013-2016 fue del 2.76%. Por lo cual en lo que respecta a cifras de exportación el TLCUEM ha brindado beneficios para las exportaciones mexicanas, estos más significativos para años inmediatos a la firma del Tratado, que para los años más recientes.																		

Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Junio 2017)

De forma general, al comparar las gráficas de exportaciones de artesanías mexicanas a la Unión Europea, del periodo 2001 a 2005 y del periodo 2013 a Junio 2017, se muestra un incremento significativo de los montos de exportación siendo la Joyería, la Talabartería y la Lapidaría las que lograron tener un crecimiento importante en relación a los primeros 5 años de firma del Tratado de libre Comercio con la Unión Europea, siendo las que lideran las exportaciones de artesanías mexicanas actualmente, estas 3 ramas artesanales tienen montos de exportación superiores a los 6 millones de dólares. Por otro lado, se logró tener un crecimiento entre los dos periodos comprendidos, donde para el primer periodo las exportaciones presentaron un crecimiento medio de 9.78% y de 2.76% para el segundo periodo. Lo cual para un periodo de 10 años es significativo y considerable, sin embargo durante la consulta de los datos en trademap, se observa que los números tienen comportamientos inestables, donde en un año pueden ser muy buenas las exportaciones y al siguiente bajan considerablemente; gracias a las entrevistas realizadas y a la información compartida por los artesanos, este comportamiento responde a una inestabilidad en las exportaciones las cuales no son esporádicas, ni continuas, respondiendo a elementos propios característicos de la artesanía al no ser un producto industrial y seriado, enfocado a un mercado determinado y bien a una baja capacidad de producción, que en ocasiones no logra satisfacer una demanda, ni mucho menos consolidar una oferta exportable aún. Sin embargo, de forma general y al considerar la suma total de las exportaciones por ramas artesanales, se observan las variaciones entre años, las cuales se compensan, presentando cierta estabilidad en las exportaciones de artesanías del 2013 a la fecha.

En la imagen siguiente, se observan las posiciones de las ramas artesanales a juzgarse por su participación en un comercio con Europa, tanto por posiciones globales o por periodos y por relevancia en un sólo año.

Imagen 3. Artesanías en orden de relevancia por exportaciones a Europa (por periodo y por último año).



Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Junio 2017)

En el cuadro anteriormente ilustrado, se observan las posiciones de las ramas artesanales de acuerdo a una mayor participación en las exportaciones, en los primeros dos cuadros se suman los montos exportados por el periodo de análisis, por cada rama artesanal y se sacan posiciones, mientras que para los dos cuadros inferiores únicamente se consideran las ramas artesanales con mayor exportación para los últimos años de cada periodo 2005 vs 2016.

En el caso del análisis de cada rama artesanal para 2001-2005 los Textiles, la Alfarería y la Vidriería, la Talabartería y la Lapidaría ocuparon las primeras posiciones por exportaciones a Europa, logrando mantener estas posiciones e incluso incrementarlas para los últimos 4 años (2013-2016), la Talabartería, la Lapidaría y la Vidriería, mientras que la Alfarería y los Textiles fueron sustituidos recientemente, por la Joyería y la Cartonería. Por otro lado las últimas posiciones fueron ocupadas por el Hueso, Concha y la Plumaria indistintamente, sin sufrir cambios a favor para los años más recientes, siendo éstas las ramas artesanales mexicanas con una participación casi nula en las exportaciones artesanales a la UE. Ante el comparativo de las artesanías que lideraron 2005 y 2016, se tiene un primer lugar irrevocable para ambos años ocupado por la Talabartería, mientras que la Joyería paso de un 4° lugar a un 2°, la Lapidaría de un 6° a un 3°, los Textiles retrocedieron un lugar pasando del 3° a 4°, y la Cartonería paso de un 8° a un 5° lugar, mientras que la Alfarería perdió varias posiciones pasando de un segundo lugar en 2005 a una séptima posición para 2016. Las Fibras Vegetales tuvieron una mayor participación en el 2016, pasando de un 11° lugar a un 8°, mientras que la Metalistería retrocedió de una séptima a una décima posición, el resto de las ramas no mostraron cambios significativos en el comportamiento de sus exportaciones para un lapso de 11 años.

Los montos totales por exportación de artesanías (17 ramas artesanales), en los últimos años son los capturados en la siguiente tabla.

Tabla 9. Exportaciones de artesanías mexicanas a la Unión Europea de 2013 a 2016 (dólares).

Año	2013	2014	2015	2016
Valor de Exportación	\$43,495,000	\$47,935,000	\$48,878,000	\$47,194,000

Fuente: Elaboración propia con datos de trademap (Septiembre 2017)

En los años recientes existe un comportamiento estable sobre el total de las exportaciones analizadas con ayuda de trademap, las cuales han sido superiores a los 47 millones de dólares o lo que en moneda nacional representaría \$893 millones de pesos con un (T.C de \$19). La tasa de crecimiento media para este periodo fue de 2.76%, un porcentaje nada despreciable, pero el cual se esperaba fuese mayor al crecimiento mostrado para el primer periodo del TLCUEM, de 9.78%. Cabe mencionar, que para el cálculo de dicha tasa de crecimiento no son considerados los importes del primer semestre del 2017, para evitar que se alterará en demasía el cálculo y perdiera objetividad, el cual se realizó con importes anuales; dado que en varias de las ramas artesanales, no se han logrado exportaciones ni por la mitad de lo exportado el año inmediato anterior.

2.2 Análisis del Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México.

TLCUEM – TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LA UNIÓN EUROPEA Y MÉXICO.

“México y la Unión Europea establecieron en 1975 un acuerdo con el objetivo de desarrollar y equilibrar su comercio recíproco; ampliando su cooperación comercial y económica. Este acuerdo fue sustituido por el Acuerdo Marco de Cooperación firmado en 1991.

Tomando como base las relaciones instituidas por el Acuerdo Marco en 1991, y los principios establecidos en la declaración conjunta solemne firmada en París el 2 de Mayo de 1995 entre el consejo, por una parte y México, por otra, fueron la antesala de lo que serían las negociaciones del Acuerdo Global y el Tratado de Libre Comercio.

La Comisión Europea el 23 de octubre de 1995 solicita el mandato para negociar un Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación con México, el cual fue adoptado el 25 de junio de 1996. En octubre de 1996 inician las negociaciones del Acuerdo y concluyen en julio de 1997. México y la Unión Europea firman tres instrumentos el 8 de diciembre de 1997; el Acuerdo Global, el cual sienta las bases para la negociación del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre México y la Unión Europea; el Acuerdo Interino, el cual establece los mecanismos y el formato para lograr la liberalización comercial; y el Acta Final.

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

El Acuerdo Global se encuentra en vigor desde el 1 de octubre de 2000 y el Tratado de libre Comercio en vigor desde el 1 de julio de 2000.

Desde julio de 2000, México y la Unión Europea pusieron en vigor un tratado de libre comercio (TLCUEM), que forma parte del Acuerdo de Asociación Económica,

Concertación Política y Cooperación México-UE, el cual busca igualmente fomentar el diálogo político e intensificar la cooperación entre ambas partes”.³²

El siguiente cuadro cronológico, permite visualizar mejor los hechos relativos al desarrollo y entrada en vigor del TLCUEM.

Tabla 10. Cronología del TLCUEM

8/12/1997	México y la UE firman los tres instrumentos que constituyen la base jurídica de la nueva relación bilateral: un Acuerdo Global, un Acuerdo Interino y un Acta Final.
23/04/1998	El Senado mexicano aprueba por unanimidad el Acuerdo Interino.
13/05/1998	El Parlamento europeo aprueba por gran mayoría el Acuerdo Interino.
1/07/1998	Entra en vigor el Acuerdo Interino.
14/07/1998	Se instala el Consejo Conjunto del Acuerdo Interino e inician formalmente las negociaciones comerciales.
11/1998-11/1999	Se celebraron nueve reuniones técnicas de negociación, alternadamente en México, D.F. y Bruselas, Bélgica.
6/05/1999	El Parlamento Europeo aprueba el Acuerdo Global.
24/11/1999	Después de nueve reuniones, concluye la negociación técnica del acuerdo.
16/03/2000	El pleno del Parlamento Europeo emite opinión favorable sobre los resultados de la negociación comercial.
20/03/2000	La Cámara de Senadores aprueba el Acuerdo Global y los resultados de la negociación comercial. El Consejo Europeo aprueba los resultados de la negociación en materia de bienes.
23/03/2000	Se reúne el Consejo Conjunto del Acuerdo Interino y adopta los resultados en materia de bienes. Firma de la Declaración de Lisboa sobre la nueva asociación entre México y la Unión Europea. Signatarios: el Presidente de México, Ernesto Zedillo Ponce de León el Presidente del Consejo Conjunto, Antonio Guterres el Presidente de la Comisión Europea, Romano Prodi.
1/07/2000	Entrada en vigor del acuerdo en materia de bienes.
27/02/2001	Se reúne por primera vez el Consejo Conjunto del Acuerdo Global y adopta los resultados de la negociación en materia de comercio de servicios, movimientos de capital, inversión y propiedad intelectual.
1/03/2001	Entrada en vigor de las disciplinas en materia de comercio de servicios, movimientos de capital, inversión y propiedad intelectual. A partir de esta fecha, está en vigor el conjunto completo de disciplinas comerciales que conforman el Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea. Entrada en vigor de la vertiente de diálogo político y de cooperación del Acuerdo Global.

Fuente: CEE, basada en datos de la secretaría de economía (Marzo 2017)

³² Con base: http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/TLC_Mex_UE Enero 2016 (11:00 hrs).

Con este tratado, los empresarios mexicanos pueden exportar sus productos a los destinos europeos en condiciones también preferenciales, obteniéndose ventajas arancelarias en Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos (Holanda), Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Suecia, Croacia, Bulgaria y Rumania.

“Por otro lado, de acuerdo a las últimas investigaciones realizadas por egresados de la UNAM en relación al análisis del TLCUEM y la facilitación del comercio, se encontró la inexistencia de evidencia clara; en la cual la desgravación arancelaria, tenga un impacto significativo en los flujos de comercio bilateral, al no existir un impacto notable en el aumento de las exportaciones de los participantes. Donde se señala que la desgravación pactada en el TLC no ha sido significativa según las tasas arancelarias ponderadas de las exportaciones de México a la Unión Europea, habiéndose reducido de 2.54% desde su puesta en vigor a 0% en la actualidad.

Señalando que la desgravación en sí misma no ha sido un incentivo suficiente para que los exportadores mexicanos decidan participar en el mercado europeo, por lo que si se pretende realizar una renegociación y actualización del TLCUEM esta deberá enfocarse en menor grado en temas arancelarios, cuyas tasas se han eliminado por completo, apuntando al combate de las barreras no arancelarias y al fomento de otros elementos como la inversión y la eficiencia del transporte para promover de una forma más eficaz el comercio entre México y la Unión Europea”.³³

“Así mismo analistas de los efectos económicos de 7 años del TLCUEM, manifiestan que promotores del tratado presumen que el monto del comercio exterior se triplicó, pero en cuanto a la salida de la divisa mexicana al exterior. Adicional a esto, se menciona que dicho tratado ha beneficiado más a los extranjeros que a los propios mexicanos, debido a que se ha incentivado que empresas europeas inviertan el sectores estratégicos del país, sin que ello represente un beneficio significativo para el desarrollo comercial y aprovechamiento de un Tratado vigente para México. No obstante con la

³³ Con base: Tesina de investigación (Licenciatura Relaciones Internacionales) “Impacto del proceso de desgravación arancelaria en el comercio internacional de bienes. Caso específico TLCUEM” Diego Ríos Sandoval.2015.

firma del TLCUEM, México se coloca como un punto estratégico obligado para el comercio y la inversión del siglo XXI, el nuevo reto será saber aprovechar mejor y hacer del TLC'S un verdadero instrumento de la diversificación económica y comercial del país, ya que, a pesar del tiempo transcurrido, la relación con Europa no está ni si quiera regularmente madura, ni sus recursos han sido totalmente explotados".³⁴

Con tales antecedentes de investigación, se puede inferir en que el TLCUEM se ha quedado en la base diplomática, en los intentos por crear relaciones comerciales y económicas fructíferas, entre los contratantes.

De forma general, a la fecha todos los productos se encuentran libres de arancel, existen algunas excepciones para ciertos productos y para ciertas artesanías las cuales serán abordadas en el siguiente apartado.

2.2.1 Aspectos relevantes del TLCUEM con respecto al sector artesanal para la exportación.

El TLCUEM expresa diversos criterios y pautas para incentivar el flujo de artículos entre ambos mercados, en especial para el mexicano al tener acceso a un conjunto de países, al hablar de artesanías se consideran diversas condiciones a seguir, para asegurar el ingreso al mercado europeo, así mismo su éxito en el mismo.

Al conjunto de medidas a seguir y cumplir para exportar, se le clasifican en dos grandes grupos: regulaciones arancelarias y regulaciones no arancelarias. En el caso de las regulaciones arancelarias, se contempla el pago de un arancel (impuesto) que es aplicable al momento de importar o exportar mercancías. "Desde 2008 quedaron libres de arancel los productos mexicanos a la Unión Europea, y viceversa".³⁵ Como se puede apreciar en la siguiente tabla.

³⁴ Con base: Tesis de investigación (Licenciatura en Relaciones Internacionales) "El TLCUEM, una alternativa para la diversificación de las relaciones económicas internacionales de México (1988-2000)". Leticia de Jesús González García.2013

³⁵ Con base en: Guía básica del exportador ProMéxico.

<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf> Agosto 2017 (17:40 hrs).

Tabla 11. Arancel aplicable para México en sus exportaciones.

Arancel de importación			
Producto	Fracción arancelaria	Arancel para México	Categoría
Velas	3406	0%	A
Vajillas de cerámica	69120010	0%	B
Estatuillas y artículos de decoración de barro	69139010	0%	B
Artículos de vidrio	7013	0%	B
Artículos de pewter	8306	0%	A
Hierro forjado	940550	0%	B
Productos de madera no tropical	44209099 44201019	0%	A
Productos de madera tropical	44209091 442010	0%	B
Joyería	7113	0%	A

Fuente: Guía básica del exportador ProMéxico., (Agosto 2017).

Mientras que en el caso de las regulaciones no arancelarias, se contempla el cumplimiento de ciertas especificaciones técnicas del producto a exportar o importar, como el valor de contenido de origen, embalaje, empaque y regulaciones sanitarias. Una explicación más amplia que hace alusión a las medidas no arancelarias es aquella brindada por la guía básica del exportador ProMéxico, la cual menciona lo siguiente: “las regulaciones no arancelarias son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales, o para preservar los bienes de cada país, en lo que respecta a medio ambiente, protección de la salud, sanidad animal y vegetal, o para asegurar a los consumidores la buena calidad de las mercancías que están adquiriendo, o darles a conocer las características de las mismas”.³⁶

³⁶ Con base en: Guía básica del exportador ProMéxico <http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf> Agosto 2017 (17:40 hrs)..

❖ Barreras no arancelarias.

A continuación se presentan las mismas a fin de acotar el mar de información a la causa de investigación que se tiene. La lista presenta las principales regulaciones no arancelarias para aquellas ramas artesanales mexicanas, en las cuales la investigación y consulta arrojó mayores resultados a considerar al momento de realizar una exportación.

1. Alfarería y Cerámica

Los artículos de cerámica no deben contener minerales metálicos, como plomo, cadmio, cobalto, etc. Sobre todo en los productos que están en contacto con alimentos. El 4 de abril de 1985 se estableció la normatividad con respecto a los niveles de plomo y cadmio permitidos en la elaboración de vajillas y demás artículos de uso doméstico. Su publicación se hizo en la Gaceta Oficial número 98 con fecha del 26 de abril de 1985.

En los artículos de cerámica y vidrio se debe especificar en la etiqueta o en el empaque que son a prueba de altas temperaturas (50°C ó 60°C), y que pueden ser usados en cierto tipo de electrodomésticos.

2. Textiles

En el caso de textiles y prendas de vestir, el fabricante deberá tomar en cuenta, entre otros aspectos, que en sus procesos de producción, conservación y teñido sólo se usen sustancias (como plaguicidas y tintas) autorizadas. En el cultivo del algodón está prohibido el uso de insecticidas como el DDT (dicloro difenil tricloroetano-pesticida organoclorado), el diazinón (insecticida organofosforado sustancia química artificial para controlar insectos en suelo, plantas y cosechas) y el pentaclorofenol (sustancia química manufacturada usada como pesticida de uso restringido). En el caso de los pigmentos, se permiten límites máximos para ciertos metales, como el cadmio, cromo, cobre, mercurio, plomo, etc.

4. Joyería

La plata no debe contener níquel, debido a la posibilidad de contraer alergias en la piel. A través de la “Directiva Níquel” 94/27/EG, la UE exige el uso mínimo de níquel en las

piezas de joyería de plata y de preferencia evitar utilizarlo. Sin embargo, dicha directiva no se ha podido establecer como ley en los países miembros de la UE, debido a que cada país tiene diferentes criterios para clasificar la joyería de plata como piezas libres de níquel, en general no debe exceder a 0.5 $\mu\text{g}/\text{cm}^2$ / semana (microgramos por centímetro cuadrado a la semana), por lo que es muy importante que el exportador conozca cada una de las regulaciones existentes en los distintos mercados, así como los diversos criterios de clasificación.

Para la joyería de plata, las siguientes aleaciones son las permitidas:

- 925 milésimas, también conocido como joyería de 1er
- 835 milésimas, joyería de 2o. estándar
- 800 milésimas, joyería de 3er

5. Talabartería y Peletería

Prohibido la presencia de químicos utilizados en el curtido, coloración, conservación y acabado de las pieles.

Está prohibida la utilización de productos provenientes de especies animales en vías de extinción.

6. Hueso y Cuerno

Está prohibida la utilización de productos provenientes de especies animales en vías de extinción.

7. Concha y Caracol.

Está prohibida la utilización de productos provenientes de especies animales en vías de extinción.

8. Vidriería

En los artículos de cerámica y vidrio se debe especificar en la etiqueta o en el empaque que son a prueba de altas temperaturas (50°C ó 60°C), y que pueden ser usados en cierto tipo de electrodomésticos.

9. Plumaria

Está prohibida la utilización de productos provenientes de especies animales en vías de extinción.

Las ramas artesanales que no se mencionan anteriormente, caen en el indicativo de ser artesanías que en una primer instancia no se determinó una posible limitante importante a considerar como en los casos anteriores, sin embargo si pueden estar sujetas a otros tipos de elementos o factores limitantes para su éxito en el mercado europeo, que responde más a las características y hábitos propiamente de la población y no a regulaciones del sistema comercial internacional. Como en el caso del Arte huichol, no se encontraron elementos que pudieran presentar alguna limitante para el caso de exportación e incluso para reforzar un posicionamiento en Europa, al contar ya con un reconocimiento. Mientras que por el lado de las artesanías de Madera existe un rechazo hacia los productos que provienen de la naturaleza, por incentivar la tala. Por el lado de la Cartonería y papel, podría estar sujeta a una revisión del tipo de papel que se utiliza sin embargo, presenta menos posibilidades de contar con una limitación; donde impresionantes creaciones de papel amate son reflejo de la herencia prehispánica, las cuales podrían exhibirse en galerías de arte, como clara expresión de la cultura mexicana.

De forma general se presentan otro tipo de especificaciones, las cuales se describen a continuación y no caen propiamente en una rama artesanal específica, sin embargo es posible que se llegue a presentar en alguna o varias de ellas. Existen algunos estándares técnicos y prohibiciones para algunos productos, como las siguientes:

- Prohibida la utilización de colorantes azoicos (Colorantes que se obtienen por síntesis química, no existe ninguno de ellos en la naturaleza), sobre todo en productos que puedan tener contacto con la piel y con alimentos.
- Los empaques no deben contener PVC (policloreuro de vinilo, combinación química cuyos componentes provienen del petróleo bruto y de la sal)
- Los juguetes tienen que cumplir con normas muy estrictas de salud y seguridad. Los artículos no pueden ser tóxicos ni tener cantos afilados, deben tener cierto

tamaño para que los niños no puedan tragarlo, tienen que contar con la certificación de un laboratorio europeo y obtener la marca “CE” (Conformité Européenne, marca que indica que el producto satisface los requisitos de seguridad, salud, ambiente y protección del consumidor).

- No existe un tipo especial de empaque, sin embargo, la cerámica, piedra, barro y vidrio que son productos frágiles requieren de la utilización de un material que proteja el producto. Las cajas en que se empacan los productos no deben, por lo general, pesar más de 25 kg. Cabe señalar que los empaques que utilizan PVC no son aceptados por los consumidores.

Las regulaciones no arancelarias, referentes a la presentación del producto donde cae la etiqueta, envase y embalaje, donde el artesano debe considerar las siguientes condiciones:

- ❖ Etiqueta.

“Cabe señalar que la etiqueta no sólo sirve para que el consumidor conozca la marca del producto que va a adquirir, sino también el país de origen, quién lo produce, cantidad, ingredientes y características, entre otros aspectos. La información debe presentarse en el idioma del país importador, con un tamaño de letra proporcional a las dimensiones de la etiqueta, según se establezca en las regulaciones de cada país, para que el consumidor la pueda leer con facilidad en condiciones normales de compra. Asimismo, habrá que tomar en consideración las regulaciones adicionales que los estados o provincias que conforman cada país puedan establecer para ciertos productos.

En términos generales, los aspectos en relación a la información contenida en la etiqueta que el exportador debe tomar en consideración son:

- Nombre comercial del producto.
- Nombre y dirección del productor, exportador, importador, distribuidor.
- País de origen.
- Registro ante la autoridad competente.
- Peso neto, cantidad del producto, volumen.

- Instrucciones de uso y de almacenamiento.
- Fecha de producción, caducidad o de durabilidad mínima.
- Número de lote.
- Sello o indicación del cumplimiento de una norma de calidad.

Por ejemplo en el caso de una etiqueta de prendas de vestir (textiles) la información que requiere contener la etiqueta es la siguiente:

- Nombre de los materiales componentes y su porcentaje de contenido.
- Información para el cuidado de la prenda (cómo lavarla y plancharla).
- La talla en números y letras.
- Datos del importador y del fabricante.

❖ Envase

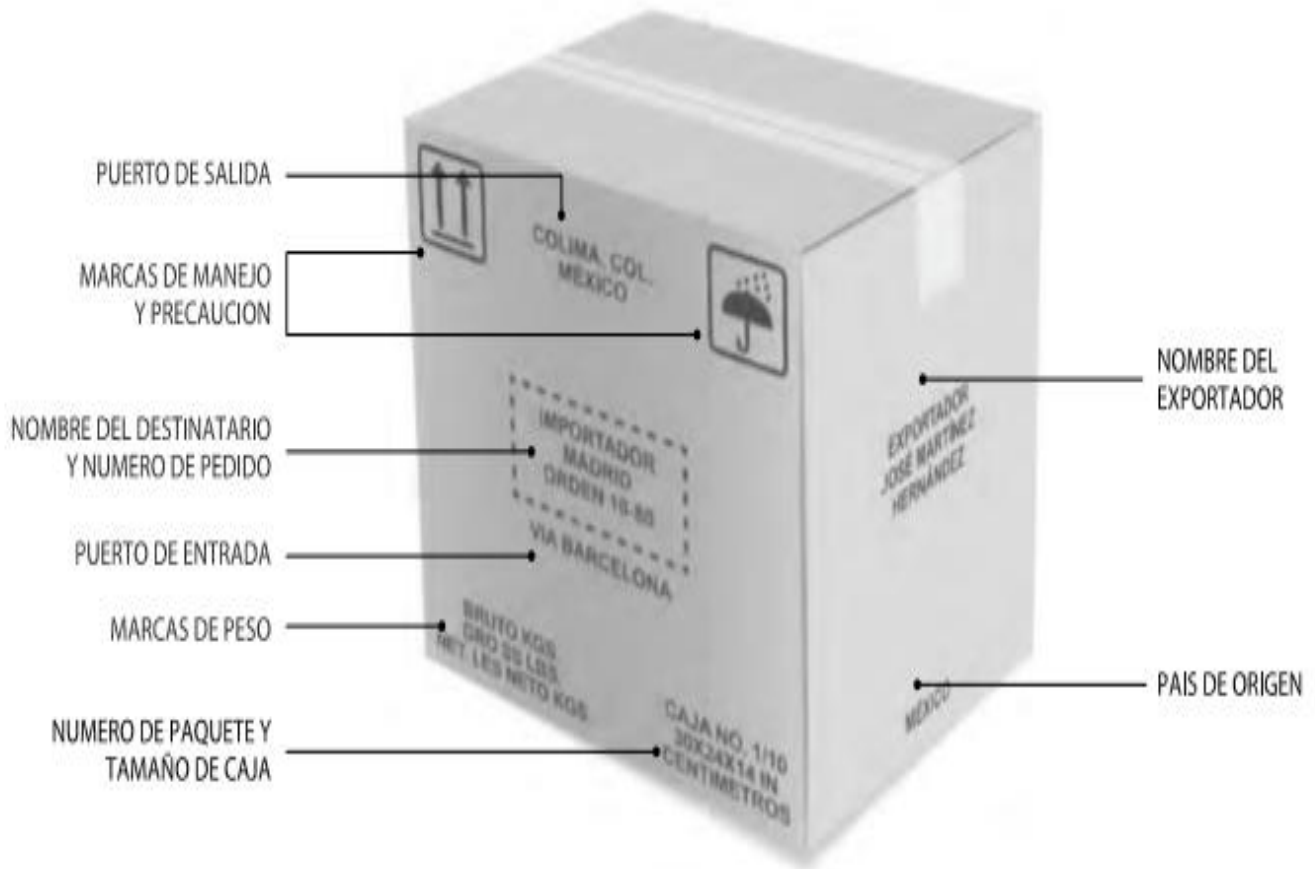
Se entiende por envase al envoltente que se utiliza para proteger el producto y para presentarlo al consumidor, tales como cajas, frascos, sobres, latas, etc. Las regulaciones de envase tienen que ver con la calidad de los materiales usados en la fabricación del envase, niveles de resistencia, forma de presentación de la información del producto y, tratándose de productos alimenticios, verifican la no existencia de sustancias nocivas para la salud.

❖ Embalaje

Por otra parte, el embalaje tiene la finalidad de proteger los productos envasados durante la transportación, almacenamiento y distribución. Las regulaciones de embalaje incluyen aspectos diferentes como la forma en que se manejan las mercancías, las dimensiones permitidas, los materiales por usar, instrucciones de armado, pruebas de resistencia, formas de acomodo de los productos, instrucciones de seguridad para su manejo (como las leyendas: Frágil, Manéjese con cuidado, Este lado hacia arriba, etc.), fumigación previa, etc".³⁷

³⁷ Con base en: Guía básica del exportador ProMéxico
<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf> Pág 45-48. Agosto 2017 (19:00 hrs).

Imagen 4. Leyendas en el embalaje



Fuente: Guía básica del exportador ProMéxico. (Agosto 2017)

A modo de ejemplo, a continuación se presenta un extracto del contenido de la Norma Oficial Mexicana NMX-EE-059NORMEX-2000 símbolos para manejo, transporte y almacenaje, la cual establece los símbolos que representan instrucciones de manejo, transporte y almacenaje, aplicables a los envases y embalajes que contengan productos en general (figuras 1 a 13). Dicha norma establece lo siguiente:

1. El texto básico de precaución puede aparecer abajo del símbolo, en el idioma del país de origen o en el del país destino.
2. Los símbolos deben estar pintados, preferentemente, en color negro. Cuando el color del envase o embalaje sea oscuro, el símbolo debe imprimirse sobre un fondo blanco.
3. El símbolo puede estar pintado sobre un rótulo. Preferentemente, debe estar impreso directamente en la superficie del envase o embalaje.

4. El símbolo, en los envases o embalajes, debe estar colocado en la parte superior y al lado izquierdo de la marca del destinatario.
5. En el caso de que existan símbolos señalando peligrosidad, éstos deben tener prioridad y el símbolo de manejo debe estar colocado cerca y preferentemente en la línea horizontal.
6. Los símbolos para “CADENA AQUÍ” (figura 5) y “CENTRO DE GRAVEDAD” (Figura 7), deben estar colocados en posición correcta con el objeto de indicar cómo se debe efectuar el manejo del envase o embalaje.
7. El símbolo para “ESTE LADO ARRIBA” (figura 3), debe estar colocado preferentemente en las dos esquinas superiores de dos caras adyacentes del envase o embalaje. Este símbolo puede estar repetido similarmente en otras caras verticales del envase o embalaje.
8. Los símbolos no necesitan estar enmarcados por líneas de contorno. La dimensión total del símbolo debe ser de 10, 15 o 20 cm, siempre y cuando el tamaño del envase o embalaje lo permita.

Imagen 5. Simbología en embalaje.



Fuente: Guía básica del exportador ProMéxico. (Agosto 2017)

La simbología de embalaje que se mostró en la imagen anterior, responde a las indicaciones que los operarios de las mercancías deben seguir, para evitar que las mismas sufran deterioros; para el caso de las artesanías estas consideraciones cobran mayor relevancia, por tratarse en la mayoría de los casos de piezas delicadas.

❖ Documentación

Así como se consideraron elementos esenciales que deben cubrir las artesanías al ser exportadas, existen otra serie de elementos que tienen un carácter documental y de gestión; y que de igual forma resultan de gran importancia identificarlos, logrando tener una concepción más amplia y general de los que implica exportar a la Unión Europea en particular. Los cuales se presentan a continuación:

A. Certificado de origen

El certificado de origen es, formalmente, el documento en donde se manifiesta que un producto es originario del país o de la región y que, por tanto, puede gozar del trato preferencial arancelario. Por consiguiente, es un documento necesario para el despacho aduanal de las mercancías en cualquier parte del mundo, cuando se pretende tener acceso a tratamientos arancelarios preferenciales.

Para que se otorgue trato preferencial en la Unión Europea, cada embarque de exportación deberá ir acompañado del certificado de circulación de mercancías EUR.1, expedido por la Secretaría de Economía (véase anexo 2).

Previo a la expedición de un certificado de origen, un exportador que lo solicite deberá demostrar a la Secretaría de Economía que el bien por exportar cumple con las reglas de origen. Por ello deberá llenar un cuestionario en el que se señalan el tipo, valores, origen y clasificación arancelaria de los insumos nacionales o extranjeros que se utilizaron para fabricar el producto por exportar.

Existe la facilidad aduanera para que los exportadores prescindan del uso de certificado de origen, y en su lugar extender una declaración escribiendo a máquina, estampando o imprimiendo sobre la factura, la orden de entrega o cualquier otro documento comercial, según sea el caso. Para el caso de la Unión Europea, la declaración se puede llenar en alguno de los idiomas oficiales de la Unión. Para efectos de referencia, enseguida se da a conocer la versión en español de la citada declaración.

“El exportador de los productos incluidos en el presente documento (número de exportador autorizado) declara que, salvo indicación en sentido contrario, estos productos gozan de un origen preferencial (indicar el origen de los productos).....(lugar y fecha)..... (firma del exportador, además de indicarse de forma legible el nombre y los apellidos de la persona que firma la declaración)”.

Para tener acceso a esta facilidad, el interesado debe obtener la calidad de “exportador autorizado” por parte de la Secretaría de Economía, la cual se otorga a las siguientes personas físicas o morales que:

- I. Exporten mercancías con un valor de al menos US \$150 000 (ciento cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América), en el periodo enero-diciembre del año inmediato anterior o en un periodo de 12 meses anteriores a la fecha en que se presente la solicitud;
- II. Exporten productos perecederos;
- III. Exporten productos artesanales, o
- IV. Cuenten con Registro IMMEX (Industria manufacturera, maquiladora y de servicio de exportación) vigente, tratándose de personas morales.

En este caso, el interesado deberá llenar el registro de productos y esperar un número de autorización emitido por la Secretaría de Economía.

En caso de pequeñas exportaciones que no superen la cantidad de 6000 euros (\$120,000 MXN/TC a \$20), los exportadores podrán extender una declaración en la factura de exportación, asumiendo que el bien cumple con las reglas de origen del TLCUEM, la cual deberá ser firmada por el exportador sin necesidad de presentar un cuestionario ante la SE para que selle la factura.

Por otro lado se cuenta con la existencia de un Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias (SGP), el cual es una oportunidad para aquellos productos que no fueron negociados dentro de los respectivos TLC, donde puede entrar el caso de las artesanías, las cuales han presentado estar por de lado en las negociaciones de dicho tratado. Los beneficios del SGP se otorgan discrecionalmente a los países en desarrollo. Esto se aplica para aquellos productos que no fueron negociados dentro de los respectivos TLC México-UE, pero que tienen trato preferencial bajo SGP.

Los países desarrollados que han establecido un sistema preferencial para las naciones en desarrollo solicitan que cada una de las importaciones que se realicen se acompañen de un certificado de origen forma "A", documento oficial que expide la SE antes de cada exportación para acreditar que el producto es originario de México (véase anexo 3).

Por consiguiente y con la finalidad de contar con una referencia de aquellos documentos indispensables para exportar se presenta la siguiente lista básica:

B. Factura comercial (original y copia)

“La factura es el documento que inicia todo el proceso de exportación, ya que la requiere el vendedor para acreditar su venta, la tasa del impuesto al valor agregado (IVA) y la descarga de su inventario; por otra parte, el comprador la necesita porque con ella comprueba la propiedad de la mercancía, el desembolso realizado y es necesaria para importar en el país de destino. Asimismo, es tomada en cuenta cuando se tramita una carta de crédito, ciertos certificados de origen del TLC, permisos de exportación, certificaciones, etc”.³⁸

“Se requieren dos copias de la factura comercial y deben estar firmadas por el exportador. Las facturas deben tener la siguiente información:

- Número y descripción de los paquetes. - Descripción detallada de los artículos.
- Contenido bruto y neto. - Valor en términos FOB y CIF. - El país de origen, lugar de embarque y destino de los productos”.³⁹

C. Lista de empaque.

“La lista de empaque (Packing List) es un documento que permite al exportador, transportista, compañía de seguros, aduana y al comprador, identificar el contenido y tipo de cada bulto (caja, atado, tambor, etc.) en donde se encuentran contenidas las mercancías para su transporte; por ello debe realizarse una lista de empaque metódica que coincida con lo vendido en la factura, lo cual significa para el exportador que durante el transporte de sus mercancías dispondrá de un documento claro que identifique el embarque completo, ya que, en caso de percance, se podrán hacer las reclamaciones correspondientes a la compañía de seguros u otras.

En la lista de empaque se indicará:

- a) La cantidad exacta de los artículos que contiene cada bulto y el tipo de embalaje.

³⁸ Con base en: Guía básica del exportador ProMéxico
<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf> Pág 99. Agosto 2017 (19:00 hrs).

³⁹ Con base en: Guía básica del exportador ProMéxico
<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf> Pág 280. Agosto 2017 (21:20 hrs).

b) En cada bulto se deben anotar, en forma clara y legible, los números y las marcas que lo identifiquen, mismos que deben relacionarse en la factura, anotando la descripción de cada una de las mercancías que contiene.

c) Se debe procurar contener e identificar la mercancía del mismo tipo, ya que esto simplifica y facilita la revisión de la aduana. Un embarque confuso (que contenga mercancías diferentes en un sólo bulto y que no estén debidamente relacionadas) propicia un mayor tiempo de permanencia en la aduana, ya que de practicar el reconocimiento aduanero tomará más tiempo al tratar de identificar y establecer la cantidad y tipo de la mercancía declarada; esto genera gastos de maniobras no considerados, lo que aumenta el costo del producto, el tiempo de entrega y los riesgos para las mercancías”.⁴⁰

D. Documento de transporte

“Es el documento expedido por la empresa transportista que da constancia de que la mercancía se ha embarcado o se embarcará a un destino determinado y, asimismo, de la condición en que se encuentra. El transportista es responsable del envío y de la custodia de la mercancía hasta el punto de destino, de acuerdo con las condiciones pactadas.

Dependiendo del tipo de tráfico y del medio de transporte utilizado (marítimo, terrestre, aéreo o multimodal) por la empresa transportista, este documento se denomina:

- Guía aérea (airway bill) (tráfico aéreo).
- Conocimiento de embarque (bill of lading/B/L) (tráfico marítimo).
- Carta de porte (autotransporte).
- Talón de embarque (ferrocarril).

La información básica que contienen estos documentos es:

- Nombre y dirección del remitente.
- Nombre y dirección del destinatario o consignatario.
- Mercancía que se transporta.
- Número de contenedores y/o cantidad de bultos.
- Lugar de origen-destino, entre otros.

⁴⁰ Con base en: Guía básica del exportador ProMéxico
<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf> Págs 100-101. Agosto 2017 (19:00 hrs).

El documento de transporte forma parte de la documentación que se envía al importador en el país de destino. Los términos del documento de transporte deben coincidir con los de la carta de crédito o, en su caso, con los del contrato de compraventa, la factura, lista de empaque (por ejemplo, en lo referente a la descripción de la mercancía), etc. Asimismo, se debe conservar la copia del documento de transporte, debido a que constituye un respaldo de la operación y, en su caso, para aclaraciones”.⁴¹

E. Pedimento de exportación

“Quienes exporten mercancías deberán transmitir, a través del sistema electrónico aduanero, un pedimento que ampare la operación, que indique la descripción, clasificación arancelaria, cantidad, valor de la mercancía, además de los datos del exportador y del destinatario, régimen aduanero.

El pedimento de exportación es una declaración fiscal porque en ella se pagan las contribuciones relacionadas con la exportación, que pueden ser:

- El Impuesto General de Exportación (IGE) que, en escasas ocasiones, procede.
- La Prevalidación (PRV). c) Contraprestación para efectos de Prevalidación (CNT).
- El Derecho de Trámite Aduanero (DTA).

Asimismo, contar con el pedimento de exportación permite al contribuyente (persona física o moral) comprobar sus exportaciones ante el SAT, para los efectos fiscales que correspondan (devolución o acreditamiento de contribuciones e IVA, principalmente) y, facturar a la tasa del 0 % del IVA (cuando se trata de exportación definitiva; aunque hay algunas excepciones)”.⁴²

F. Copia del RFC con homoclave y domicilio fiscal de la empresa

Resulta fundamental proporcionar evidencia de estar registrado ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a fin de cumplir con las obligaciones fiscales que como

⁴¹ Con base en: Guía básica del exportador ProMéxico <http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf> Pág. 106. Agosto 2017 (17:40 hrs).

⁴² Con base en: Guía básica del exportador ProMéxico <http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf> Pág. 109. Agosto 2017 (17:40 hrs).

persona con actividad comercial se están contrayendo, por lo cual se requiere facilitar copia de la cédula fiscal, en el cual se expresa la homoclave y el domicilio fiscal de la empresa.

G. Seguros de transporte de carga

“El seguro incluye una serie de coberturas para resarcir al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran las mercancías durante su transporte por cualquier medio o combinación de medios. Lo debe contratar quien tenga interés en la seguridad de los bienes durante su transporte al destino final con una aseguradora que, de preferencia, esté registrada en la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas.

Durante el tránsito de los bienes, se cubren los riesgos por pérdida total o parcial y por daños materiales sufridos a causa de algunos de los siguientes siniestros: incendio, explosión, hundimiento, colisión, caída de aviones, volcaduras y descarrilamiento.

Si el cliente lo solicita de manera expresa, la cobertura puede ampliarse a otros riesgos, como robo por bulto (total o parcial), contaminación por el contacto con otras cargas, manchas, roturas, derrame, oxidación y mojadura de agua, carga y descarga.

Para cubrir riesgos especiales, las empresas aseguradoras realizan un análisis previo por convenio expreso. Tales riesgos son: huelgas y alborotos populares, guerra, robo con violencia o asalto a mano armada, desviación o cambio de ruta, transbordo u otra variación en la ruta, actos de terrorismo, almacenaje en exceso durante su tránsito.

El contrato de seguro entre la aseguradora y el exportador se denomina póliza; en ella se indica lo siguiente:

- El origen y destino de la ruta cubierta,
- Los medios de transporte.
- Bienes y riesgos cubiertos.
- Exclusiones.
- Vigencia de la póliza.
- Límite o suma máxima de responsabilidad.
- Deducibles.
- Monto de la prima a pagar.

- El valor para efectos de seguro.

La suma máxima de responsabilidad debe corresponder al total del valor de factura, más fletes, derechos o impuestos de importación y todos los gastos propios de la transacción comercial internacional.

La póliza de seguro puede ser contratada por embarque específico o por un tiempo determinado que ampare todas las operaciones en ese periodo”.⁴³

H. Contratos internacionales

“Un contrato es un acuerdo de voluntades entre dos o más partes, que genera derechos y obligaciones. Hay un contrato internacional cuando una o más personas físicas o morales están domiciliadas en diferentes países. Aunque una gran cantidad de las transacciones y acuerdos se dan de forma informal (forma verbal); es recomendable realizar contratos internacionales en forma escrita, ya que da mayor certidumbre del acuerdo comercial pactado. Antes de realizar una transacción comercial internacional, las partes (empresario mexicano y extranjero) deben negociar los términos y las condiciones contenidas en un contrato y consignarlos por escrito, ya que es importante considerar que existen cláusulas de mucha importancia y trascendencia que no se mencionan en otros documentos, como un pedido en firme, cartas de crédito y otros documentos tradicionales.

La negociación de los términos y las condiciones de todo contrato internacional debe partir del principio general de que en ella prevalezca la autonomía de la voluntad de las partes (que significa que las partes contratantes gozan de absoluta libertad para estipular en los contratos todos aquellos términos y condiciones que consideren convenientes para el buen desarrollo de sus negociaciones), cuidando siempre que las estipulaciones realizadas se vean reflejadas y respetadas en el contenido del contrato que se negoció. Se debe tener en cuenta que el contrato internacional es el documento formal y jurídico que registrará paso a paso toda la operación comercial, además de los aspectos relativos al objeto del contrato, al precio de las mercancías, etc.; asimismo, se pueden incluir otros aspectos, como la logística de la operación, los canales de

⁴³ Con base en: Guía básica del exportador ProMéxico
<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf> Pág 107. Agosto 2017 (19:00 hrs).

comercialización, los mecanismos de promoción y la solución de controversias internacionales. Es de suma importancia que la empresa mexicana, antes de iniciar operaciones de comercio exterior, obtenga informes de su contraparte para investigar referencias comerciales y bancarias, así como la solvencia moral y económica de la empresa extranjera, a efecto de que cuente con elementos suficientes que le permitan conocerla y evitar en lo posible controversias comerciales internacionales. La información se puede obtener a través de dependencias gubernamentales o consultorías privadas. Enseguida se presentan algunas cláusulas básicas requeridas para celebrar un contrato de compraventa internacional de mercaderías:

- Objeto (mercancía)
- Precio
- Formas de pago
- Envase y embalaje
- Entrega de mercancía
- Responsabilidad civil sobre el producto
- Patentes y marcas
- Impuestos
- Cesión de derechos y obligaciones
- Cláusula compromisoria o arbitral⁴⁴
- ❖ Normas técnicas

Las normas técnicas establecidas en cada país especifican las características y propiedades técnicas, así como, en ciertos casos, métodos de manufactura que debe cumplir una mercancía para un mercado específico. Con estas normas se garantiza a los consumidores que los productos que adquieren cuentan con la calidad, la seguridad y métodos de fabricación adecuados para proporcionarles la utilidad buscada. Dichas normas se señalan en documentos aprobados por una institución reconocida que establece, para uso común y repetido, reglas, directrices o características para bienes o procesos cuya observancia no sea obligatoria.

⁴⁴ Con base en: Guía básica del exportador ProMéxico
<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf> Págs 137-143. Agosto 2017 (18:00 hrs).

Las normas suelen ser establecidas por organismos privados, aunque en algunos países son las entidades gubernamentales quienes lo hacen. En el caso de México, son las secretarías de Estado las encargadas de hacerlo, tomando en consideración la opinión de las cámaras y asociaciones del sector privado.

Para cada mercancía o grupo de productos puede haber una o varias normas. Sin embargo, se distinguen las que condicionan una o varias de las características siguientes: durabilidad, dimensiones, resistencia, inflamabilidad, seguridad en el uso, toxicidad, estanqueidad, ergonomía y acabados.

La comercialización de las mercancías está sujeta a varias regulaciones técnicas y de calidad que, en ciertos casos, son obligatorias y, en otros, voluntarias. Por ello, es importante que el exportador conozca las normas de cumplimiento obligatorio en el país de destino. Cuando el producto cumple la norma aplicable, se le concede una certificación que se hace efectiva con sellos o etiquetas que se adhieren al bien en cuestión, y/o con un certificado

Con estos sellos o marcas, el consumidor se entera de que el producto que tiene en sus manos cumple con las especificaciones técnicas requeridas.

De lo que se ha hecho referencia anteriormente, compete a artesanos, en cuanto a los requisitos necesarios que debe contener la artesanía, haciendo alusión a sus características para su exportación. A la par se lleva la parte documental que encierra un conjunto de formas y relaciones para conocer que se está exportando, por parte de cada uno de los colaboradores y autoridades que participan en el proceso de exportación. Es importante señalar que si bien se hace alusión en la mayoría de los casos a la exportación por ser la forma de distribución e internacionalización, en la cual existe mayor información y experiencia, no es limitante, ni quiere decir que sea la única forma para poder llevar las artesanías al mercado europeo, siendo el siguiente capítulo una aclaración a este punto relevante; presentando las opciones alternativas con las que cuentan los artesanos hoy en día para introducir sus piezas al continente europeo.

Capítulo 3. Estrategias para la competitividad del sector artesanal en México, incentivando un mayor beneficio del TLCUEM

Hoy día la competitividad está fuertemente marcada en cualquier sector, giro o industria, sin que las artesanías se salven de aquellos competidores feroces por ganar participación en el mercado, por ello es necesario que los artesanos tengan una mayor incidencia y participación fuera de sus comunidades, y que con el apoyo de las ciencias del conocimiento puedan moldear su actividad económica en beneficio propio, sin que ello represente la pérdida de sus principios, creencias y costumbres. Es en este capítulo donde se identifican las estrategias para que la exportación hacia la Unión Europea sea exitosa, fusionar o integrar el tema de innovación y sustentabilidad, es un elemento indispensable dado los tiempos modernos en que se viven y su estrecha relación con un elevado grado de competitividad que exige el mercado. “Para aumentar la competitividad de los productos es importante que la innovación sea una constante en los procesos productivos y administrativos, por ejemplo la logística. La rapidez en la entrega, un adecuado empaque o la adecuación del producto, puede marcar la diferencia con los competidores”.⁴⁵

Por ende, una estrategia en palabras sencillas, pueden identificarse como aquel plan de acción para lograr un objetivo determinado.

La estrategia considera elementos esenciales para su definición, como lo son los objetivos a alcanzar, el camino de acción y los recursos disponibles. Sin estos elementos es difícil poder hablar de una estrategia completa y lista para ser ejecutada.

Las empresas artesanales con aspiraciones al mercado Europeo (objetivos) necesitan tener un conocimiento y entendimiento de sus condiciones actuales y de su operación, sin lo cual tarde o temprano la mejor estrategia llegará a fracasar. Una vez teniendo un conocimiento total de su identidad, se podrá hacer un análisis y comparativo con el entorno, brindando la información idónea para la toma de decisiones.

⁴⁵ Con base en: Guía básica del exportador ProMéxico
<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf> Agosto 2017 (19:00 hrs).

Para lograr el cometido de un mayor aprovechamiento del TLCUEM, se requiere de una estrategia o inclusive de un conjunto de ellas, pero que iniciará con la adopción de dos de las tres grandes estrategias genéricas, las cuales son:

1. Liderazgo global en costos
2. Diferenciación (Elegida para la presente investigación)
3. Enfoque o concentración (Elegida para la presente investigación).

La estrategia de liderazgo en costos para el sector artesanal, no es aplicable dado que las artesanías son piezas que conllevan materiales, procesos, conocimientos y tiempo únicos.

La siguiente estrategia genérica “diferencia al producto o servicio que se ofrece, creando así algo que en la industria entera se percibe como único. Las formas en que se logra son diversas: el diseño o la imagen de marca, la tecnología, las características, el servicio al cliente, redes de distribución u otras dimensiones.

Al ser la artesanía, un artículo con el sello distintivo de una determinada región y ubicación geográfica, que por las características sociales, culturales, ambientales lleva la diferenciación inmersa en ella. Es cierto que existen artesanías que son muy parecidas o similares, incluso entre países, pero si uno se va al detalle y esencia de la misma artesanía, se dará cuenta que no es así y que cada artesanía es única e irrepetible guardando toda una serie de signos y características particulares.

“La estrategia de enfoque o concentración (nicho de mercado), la cual se concentra en un pequeño segmento de compradores y en vencer a los rivales al ofrecer un producto que satisfaga los específicos gustos y necesidades de los miembros de ese nicho mejor que los que ofrecen la competencia. Esta procura ante todo dar un servicio excelente a un mercado particular”.⁴⁶

⁴⁶ Con base en: Estrategia Competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Michael Porter. Patria. 2da reformada. México.2015. Págs. 114-116.

Al pretender un mejor aprovechamiento del TLC firmado con Europa, la estrategia de enfoque permite concentrar las acciones de comercialización del sector artesanal hacia un mercado que comparte gustos y necesidades similares.

El sustento teórico para tal postura y aseveración parte en primera instancia de las estrategias genéricas de Michael Porter, así mismo de la administración estratégica, la cual se define como:

Dess y Lumpkin. “Consiste en el análisis, las decisiones y las acciones que emprende una organización para crear y sostener sus ventajas competitivas”.⁴⁷

Strickland y Thompson. “Consiste en las medidas competitivas y los planteamientos comerciales con que los administradores compiten de manera fructífera, mejoran el desempeño y hacen crecer el negocio. Es el plan de acción que sigue la administración para competir con éxito y obtener utilidades, a partir de un conjunto integrado de opciones”.⁴⁸

Hitt y Hoskisson. “Es un proceso compuesto por el conjunto completo de compromisos, decisiones y acciones que requiere una empresa para lograr una competitividad estratégica y obtener un rendimiento superior al promedio”.⁴⁹

De acuerdo a la primera definición se tiene que la administración estratégica en una organización supone tres procesos permanentes: análisis, decisiones y acciones, ocupándose del análisis de las metas estratégicas (visión, misión y objetivos estratégicos), así como del referente a los entornos interno y externo de la organización; después, los líderes deben tomar decisiones estratégicas, por último están las acciones que deben emprenderse, por supuesto que las decisiones en nada ayudan si no sirven para actuar, por lo que las empresas deben tomar las medidas necesarias para instrumentar sus estrategias y para ello se requiere que líderes asignen los recursos necesarios y planeen la organización que permitirá convertir en realidad dichas estrategias. Por lo tanto el análisis, las decisiones y las acciones representan el modelo,

⁴⁷ Administración Estratégica. Textos y Casos. Gregory G. Dess., G. Tom Lumpkin., Alan B. Eisner. Mc Graw Hill. 5edición. México. 2011. Pág. 9.

⁴⁸ Con base en: Administración Estratégica. Teorías y Casos. Arthur A. Thompson., Margaret A. Peteraf., Jhon E. Gamble., A.J. Strickland. Mc Graw Hill, 19na edición. México. 2015.

⁴⁹ Administración estratégica: competitividad y globalización. Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson. Thomson., 7a edición. México.2008. Pág 6.

que se pretende fundamentar y seguir como viable para que el sector artesanal logre un mejor aprovechamiento del TLCUEM.

Tabla 12. Dimensiones de la administración estratégica en el sector artesanal.

Dimensiones de la administración estratégica.			Análisis a través del objeto de estudio (sector artesanal)
<p>Análisis La interpretación y juicio que se hace del exterior e interior de una organización a través del uso de diferentes herramientas, una de ellas es el FODA, dentro de las más utilizadas.</p>	<p>Decisiones Aquellas oportunidades y riesgos que se deciden tomar en una organización, frente a un entorno competitivo.</p>	<p>Acciones Aquellas actividades que buscan cumplir una serie de metas y objetivos fijados, coordinando recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos.</p>	<p>El artesano desarrolla la parte dinámica o bien la práctica, adquiriendo aprendizaje y experiencia con ello. Centrándose en la decisiones y acciones.</p>
<p>Visión Se entiende como el fin que persigue a largo plazo, cualquier entidad u organización.</p>	<p>Misión Es la característica principal y razón de ser de una organización.</p>	<p>Objetivos El conjunto de propósitos que se desean alcanzar, de forma específica.</p>	

Fuente: Elaboración propia con base en Administración estratégica Strickland, Hoskisson y Lumpkin (Agosto 2017)

En la tabla anterior se integra de forma simple lo proporcionado por la teoría de la administración estratégica con lo desarrollado por el sector artesanal día a día, donde la teoría señala que para la ejecución de cualquier estrategia es necesario un análisis previo a nivel interno (visión, misión, objetivos) y externo (competencia), así como la toma de decisiones y las acciones, refiriendo lo inútil de una decisión, si está no sirve para actuar. Los artesanos en general presentan una aplicación y desarrollo de las decisiones y acciones, sin embargo estas carecen de análisis y de enfoque, el cual les permitiría una capitalización del conocimiento y experiencia que poseen.

3.1 Estrategia de diferenciación.

Como su nombre lo indica, “una estrategia de diferenciación consiste en las diferencias que ofrece la empresa en su producto o servicio, porque ha creado algo que los clientes del sector perciben como único y valioso. Está diferenciación adopta muchas formas:

- Prestigio o imagen de la marca.
- Tecnología
- Innovación
- Características
- Servicio al cliente
- Red de distribuidores⁵⁰

Cabe señalar que las organizaciones pueden diferenciarse en distintas dimensiones al mismo tiempo; al hablar de organizaciones se hace referencia a cualquier grupo de personas con un fin o actividad en común, y en la cual están incluidos los artesanos. Precisamente las artesanías poseen dos elementos dentro de las dimensiones de una diferenciación: prestigio o imagen de la marca y características. Por citar un ejemplo, la marca de la diseñadora Pineda Covalin (marca mexicana de diseños de moda, que busca rescatar parte de las raíces mexicanas), es un ejemplo de esta aseveración y que inclusive podría hablarse de más dimensiones como de la innovación y de una red de distribuidores.

Existen actividades las cuales se pueden implementar paulatinamente, dentro del mismo proceso de producción artesanal para iniciar la carrera de la diferenciación, como se señala en la siguiente tabla.

⁵⁰ Administración Estratégica. Textos y Casos. Gregory G. Dess., G. Tom Lumpkin., Alan B. Eisner. Mc Graw Hill. 5edición. México. 2011. Pág. 161.

Tabla 13. Actividades de administración estratégica con aplicación al sector artesanal mexicano.

Actividad	Descripción
Infraestructura de la empresa	Instalaciones que promuevan la imagen de la organización o grupo de artesanos.
Administración de los recursos humanos	Seleccionar a personas con vocación por el arte. Proporcionar capacitación e incentivos, que garantice una fuerte orientación y gusto por el servicio al cliente.
Adquisiciones o alianzas	Uso de canales de venta de prestigio y reconocimiento en el mercado Europeo.
Logística al interior	Operaciones de cuidado y alta calidad en el manejo de los insumos y materiales para minimizar los daños.
Operaciones	Anticipar la producción a los pedidos (al tratarse de personas, quienes lo elaboran y no de máquinas). Una adecuada planeación de la producción que propicie índices bajos de defectos, para mejorar la calidad.
Logística al exterior	Cuidar el embalaje, transporte y propiciar un resurtido efectivo de productos para reducir el inventario del cliente. El transportista juega un papel clave.
Marketing y ventas	Programas de publicidad creativos e innovadores que proporcionen la evidencia del trabajo artesanal. Fomento de las relaciones personales con los clientes clave.
Servicios	Respuesta rápida y amena a las solicitudes de servicio al cliente.

Fuente: Elaboración propia con base en Administración Estratégica. Textos y Casos. Gregory G. Dess., G. Tom Lumpkin., Alan B. Eisner. Mc Graw Hill. 5edición. México. 2011. Pág. 162. (Agosto 2017)

“Conceptualmente la diferenciación se concibe a través de: mejorar la posición frente a las cinco fuerzas competitivas en determinada industria o sector. La diferenciación es una protección contra rivalidad porque la lealtad a la marca disminuye la sensibilidad de los clientes al precio y eleva los costos a pagar por cambiarla. Como aumenta los márgenes de una empresa, también evita la necesidad de una posición de costo bajo; la lealtad del cliente y la capacidad de la organización para ofrecer la singularidad de sus productos o servicios elevan las barreras de entrada. El poder del proveedor también disminuye debido a que hay cierto grado de prestigio asociado al hecho de ser el proveedor de productos y servicios altamente diferenciados.

Inconvenientes potenciales de las estrategias de diferenciación:

- Singularidad que no se considera valiosa.
- Diferenciación excesiva
- Precio extraordinario demasiado elevado.
- Diferenciación fácil de imitar.
- Disolución de la identificación de la marca por extensiones de las líneas de producto.
- La percepción de la diferenciación de los compradores es diferente a la de los vendedores”.⁵¹

Una estrategia de diferenciación para las artesanías permite potencializar los atributos que guardan estas piezas, y que en el caso de las artesanías mexicanas, ya se ha trabajado previamente al respecto en algunas de ellas a través de las denominaciones de origen, las cuales se presentan a continuación:

⁵¹ Administración Estratégica. Textos y Casos. Gregory G. Dess., G. Tom Lumpkin., Alan B. Eisner. Mc Graw Hill. 5edición. México. 2011. Pág. 163-165.



Ilustración 1 <https://i2.wp.com/revista.mariaorsini.com/wp-content/uploads/2017/07/olinala.jpg?resize=450%2C450>



Ilustración 2 <https://elpincelconlienzo.wordpress.com/2015/11/01/talavera-de-la-reina-la-ciudad-de-la-ceramica/>



Ilustración 3 de <https://rotativo.com.mx/noticias/nacionales/579044-buscan-otorgar-certificado-de-autenticacion-al-ambar-de-chiapas/>

- Olinalá de Guerrero. Perteneciente a la labor artesanal, que consiste en la elaboración de objetos a partir de la madera especial que se da en la región, proveniente del árbol del linaloe; la cual guarda un olor y textura que la hace especial y única en su tipo a lo largo de todo el mundo.
- Talavera de Puebla. Refiriéndose a la técnica ancestral de trabajo en cerámica, con el trazado y diseño único de los maestros de ese estado.
- Ámbar de Chiapas. Hace referencia a las diferentes creaciones (principalmente artículos de joyería y accesorios) que se realizan a partir del ámbar que se da en los árboles de la región chiapaneca, confiriéndole un valor único.

Estas denominaciones de origen tienen, un sentido y alcance internacional; y que con una estrategia de diferenciación podrían generar mayores flujos comerciales hacia las familias de artesanos y sus respectivas regiones dentro del territorio nacional, manteniendo un intercambio fluido con el mercado Europeo.

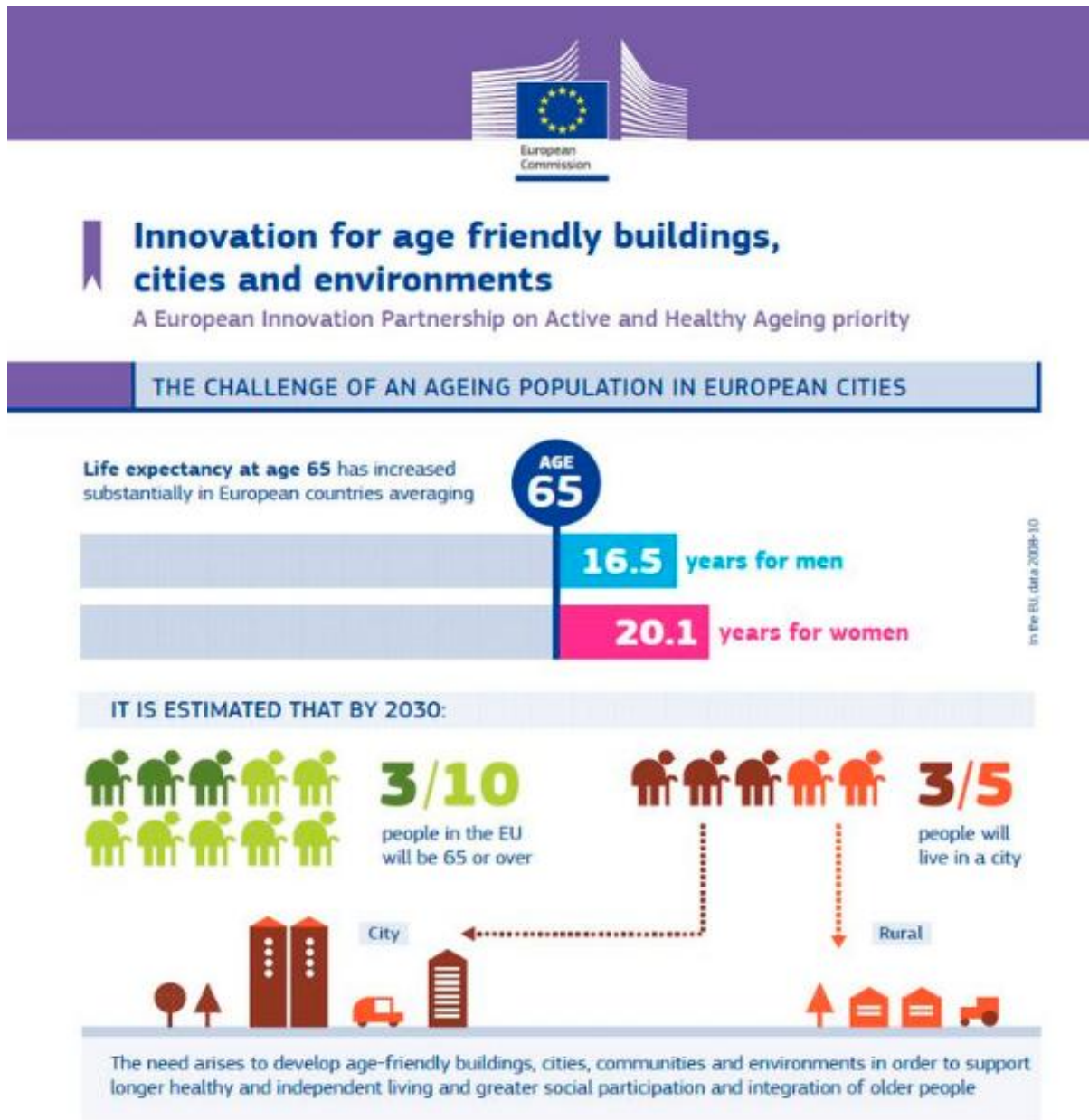
3.2 Estrategia de enfoque o concentración

Para identificar esta estrategia se tiene la siguiente definición del gurú del mercado: “una estrategia dirigida o de enfoque (o de nicho de mercado), es aquella que se concentra en un pequeño segmento de compradores y en vencer a los rivales al ofrecer un producto que satisfaga los específicos gustos y necesidades de los miembros de ese nicho mejor que los que ofrecen la competencia”.⁵²

Resulta fundamental la investigación y conocimiento que se tenga del mercado Europeo, entre mayor sea el mismo, mejor será la respuesta a brindar (estrategia). A fin de puntualizar este elemento, se presenta la siguiente imagen de la población Europea, para ampliar el conocimiento y entendimiento sobre la misma.

⁵² Estrategia Competitiva. Michael Porter. CECSA. Trigésima segunda reimpresión. México.2000.

Imagen 6. Indicadores de la población europea.



Fuente: Comisión Europea https://ec.europa.eu/info/index_en en Agosto 2017 (17:20 hrs)

La infografía anteriormente presentada, tomada de la Comisión Europea, describe las estimaciones en el desarrollo de la población europea: donde se contempla que para 2030; 3 de cada 10 personas tendrán 65 años o más y 3 de cada 5 personas vivirán en la ciudad. Se presenta una importante presencia de personas adultas, región donde los

índices de natalidad son de los más bajos en todo el mundo, identificándose las necesidades futuras de edificaciones y ciudades que sean acordes al tipo de población en décadas futuras, tendientes hacia el envejecimiento. Los países de primer mundo, como son llamados los países europeos, tienden a incrementar importantemente su esperanza de vida siendo está de más de 81 años para hombres y para mujeres de más de 85 años. Esta población suele ser, quienes por su experiencia y edad, tienen un gusto especial por artículos de arte como en muchos casos son consideradas las artesanías mexicanas en el viejo continente.

Actualmente, la clave del éxito de un producto radica en dos elementos clave: el diseño y el material con el que está elaborado. Esto implica que la apariencia y diseño, junto con la utilidad del producto, sean un factor decisivo para que éste se pueda vender. Logrando tener elementos de innovación en las artesanías, de ahí que los artículos cuenten con una combinación de materiales para crear nuevas apariencias y formas. Así mismo, se deberán observar las tendencias en las preferencias de los consumidores, en cuanto a colores, diseños y demás atributos.

Los artículos de regalo y las artesanías tienen ciclos de compra. Tradicionalmente han sido durante el verano y el invierno. El verano (julio y agosto) es importante por la cantidad de turistas que visitan Europa y el invierno (diciembre), las ventas se incrementan por las fiestas navideñas.

Como la demanda varía en forma significativa según la temporada, los minoristas seleccionan cuidadosamente y con mucha anticipación los artículos que van a comprar. Por lo general, realizan sus pedidos a los mayoristas uno o dos meses antes de que empiece la venta y a su vez, los mayoristas hacen sus pedidos al exportador dos o tres meses antes para satisfacer la demanda de los minoristas. Este lapso significa que los pedidos se realizan seis meses antes de que el consumidor compre los productos.

Atendiendo a los hábitos de consumo específicos de los europeos y según los parámetros de la Oficina Danesa para la Promoción de las Importaciones de Productos de Países en Desarrollo, el mercado de regalos y decoración está dividido en 4 segmentos principales:

- Segmento de utilidad (artículos de uso diario).
- Segmento de regalos (artículos para familiares y amigos en épocas especiales)
- Segmento de objetos de arte (piezas únicas o étnicas hechas en los países en desarrollo con métodos tradicionales y materias naturales, son de precio alto)
- Segmento de souvenir (productos de precio bajo que compra el turista como recuerdo de sus vacaciones).

En este contexto, los productos mexicanos deben enfocarse preferentemente a uno de los segmentos arriba mencionados, sin olvidar que el diseño, la originalidad y el precio son factores importantes para su éxito en este mercado. Como prioridad y dadas las características de la producción mexicana, el segmento de objetos de arte es aquel que más puede convenir a los exportadores mexicanos, quienes gracias a su ingenio y creatividad pueden ofrecer productos de alto valor para un mercado selecto que aprecia las piezas de origen étnico.

Para un mejor enfoque inicial, en una actividad de exportación artesanal, se puede identificar aquellos países europeos que guardan mayor interés hacia las artesanías mexicanas, de acuerdo a la “Guía de exportación de productos mexicanos hacia la Unión Europea de Proméxico, destacan Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, España, Holanda y Bélgica; para un análisis realizado del año 2003, sin embargo se puede ver que pese al paso de los años no han cambiado significativamente estos referentes, al ser la mayoría de ellos los mismos proporcionados por los artesanos en las entrevistas aplicadas durante el año 2017”.⁵³

En la siguiente tabla se puede apreciar con mayor detalle los artículos de regalo y decoración (artesanías) que los principales países de la Unión Europea adquieren así mismo las fechas de compra.

⁵³ Con base en: Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea, <http://promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaParaExportarProductosMexicanosALaUnionEuropea.pdf> Julio 2017 (17:20 hrs)

Tabla 14. Compras de artesanías de los principales países europeos.

País	Artículo	Fechas de mayor venta
Alemania	Figuras de cerámica	Noviembre y Diciembre
Reino Unido	Adornos florales de todo tipo de materiales, cerámica decorada y pintada a mano.	Navidad y fiestas importantes (día de la madre, cumpleaños, etc.)
Francia	Figuras de cerámica y productos decorativos como flores secas y artificiales	Fiestas decembrinas
Italia	Objetos de cristal o vidrios, objetos de cerámica	Sus épocas son más amplias, inclusive viajan a países latinoamericanos para la adquisición de estas piezas.

Fuente: Elaboración propia con base a la Guía para exportar productos mexicanos a la UE. Julio 2017

3.3 Estrategias de internacionalización

“En términos amplios, la estrategia internacional de una empresa es simplemente una estrategia para competir en dos o más países al mismo tiempo”.⁵⁴ La existencia de estrategias para acceder a mercados extranjeros suelen ser amplias, guardando cada una de ellas características y una relación de ventajas y desventajas que se abordarán adelante.

Antes de ver la gama de posibilidades en cuanto a estrategias de internacionalización es conveniente, identificar el porqué de esta medida, porque llevar las artesanías

⁵⁴ Administración Estratégica. Teorías y Casos. Arthur A. Thompson., Margaret A. Peteraf., Jhon E. Gamble., A.J. Strickland. Mc Graw Hill, 19na edición. México. 2015. Págs. 175.

mexicanas a mercados extranjeros, algunas de las principales razones que se identificaron son las siguientes:

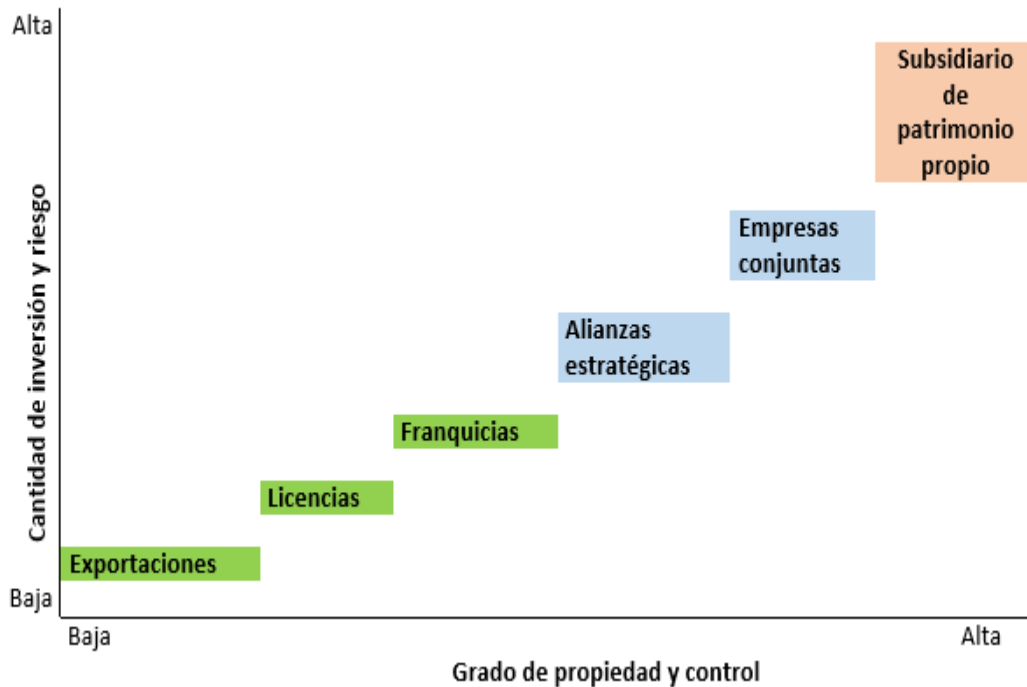
- a) Mejorar la imagen de los artesanos mexicanos, logrando un reconocimiento mundial.
- b) Mejorar las condiciones de vida de los artesanos (en un ámbito económico, educativo y de salud).
- c) Mayor estabilidad financiera del sector artesanal.
- d) Mejor aprovechamiento de la capacidad de producción artesanal-Preservación del arte.
- e) Acceso a información y espacios de mayor interrelación social.
- f) Acceso a nuevos mercados.
- g) Mejorar la capacidad de comercialización.
- h) Minimizar riesgos por variaciones de la demanda interna.

Con el anterior preámbulo se da pie a identificar las principales estrategias de internacionalización:

Una empresa dispone de muchas opciones cuando decide expandirse a los mercados internacionales; dado los retos asociados a tal ingreso, muchas empresas empiezan a pequeña escala y después elevan su grado de inversión y riesgo conforme van adquiriendo experiencia en dicho mercado exterior.

La siguiente imagen muestra una serie de formas de entrar en los mercados exteriores, entre ellas exportaciones, licencias, franquicias, empresas conjuntas (join venture), alianzas estratégicas y subsidiarias de patrimonio propio; como indica la imagen, la distintas maneras de entrar a un mercado forman un continuo que va de las exportaciones (poca inversión y riesgo; poco control) hasta una subsidiaria de patrimonio propio total (mucho inversión y riesgo; y mucho control).

Imagen 7. Estrategias de internacionalización



Fuente: Estrategias de internacionalización de Administración estratégica Dess y Lumpkin. Ed. 2011 (Agosto 2017)

De acuerdo con la imagen anterior se dará pie a identificar aquellas estrategias de internacionalización que por sus bondades y características representan ser las más adecuadas para ser aplicadas por un sector artesanal, con el fin de incursionar a un mercado europeo con mayores probabilidades de éxito.

“Una estrategia de exportación, consiste en la producción de bienes en un país para venderlos en otro; esta estrategia de entrada permite a la empresa invertir un mínimo de recursos en términos de su producto, organización y estrategia corporativa global, a muchos países anfitriones no les agrada esta estrategia de ingreso a su mercado porque ofrece menos empleo local que otras formas. A menudo las multinacionales aplican una estrategia de varios pasos, a partir de la exportación de productos, para penetrar en los mercados; lo que muchas veces ocasiona una serie de acciones no proyectadas para aumentar los ingresos por concepto de ventas.

Los beneficios que trae consigo esta estrategia, debido a que todas las empresas parten de cero en venta y distribución, cuando entran en nuevos mercados; dado que muchos mercados exteriores están regulados nacionalmente y dominados por redes de intermediarios locales, y las empresas deben asociarse con ellos para beneficiarse de la valiosa experiencia y conocimiento de sus propios mercados”.⁵⁵

La cantidad de artesanías presentes en México es significativa, misma que puede integrarse a fin de exportar a Europa, en particular aquellas piezas que pueden cubrir ofertas exportables representativas como es el caso de los textiles y productos de talabartería. Es importante resaltar que los artesanos han llevado esta estrategia pero sin lograr consolidarla, debido a varios factores que se describirán en el siguiente capítulo de hallazgos.

“Las estrategias a través de licencia, establecen que una compañía recibirá un pago de otra parte, en forma de regalía o cuota, a cambio del derecho de utilizar su marca registrada, patente, secreto comercial u otro elemento valioso de su propiedad intelectual.

Una de las ventajas de las licencias en los mercados internacionales, es que las empresas que las otorgan corren muy poco riesgo, pues no tienen que invertir muchos recursos en el otro país; a cambio, el licenciatario (la empresa que recibe la licencia) obtiene acceso a la marca registrada, patente, etc., y potencial para crear ventajas competitivas”.⁵⁶

En este rubro se tiene poca experiencia, debido a que los avances en materia de propiedad intelectual para el sector artesanal mexicano son limitados, sin que ello quiera decir, que no exista una oportunidad a través de esta modalidad, dado que las artesanías presentan las siguientes posibilidades para un registro de propiedad intelectual, donde las técnicas se pueden proteger como secreto comercial, los diseños y presentaciones a través de derechos de autor, existen algunas controversias en el área, al considerarse que se apropia de forma desleal algo que pertenece al patrimonio

⁵⁵ Administración Estratégica. Textos y Casos. Gregory G. Dess., G. Tom Lumpkin., Alan B. Eisner. Mc Graw Hill. 5edición. México. 2011. Pág. 253.

⁵⁶ Administración Estratégica. Textos y Casos. Gregory G. Dess., G. Tom Lumpkin., Alan B. Eisner. Mc Graw Hill. 5edición. México. 2011. Págs. 253-254.

cultural de México, volviéndose puramente comercial, y que deja fuera a una gran cantidad de artesanos y artistas. Sin embargo, al igual muestra bondades, al permitir una protección ante una excesiva copia de artesanías mexicanas, por parte principalmente de China.

En esta estrategia, se puede dar el caso de que existan compañías europeas con interés particular en artesanías mexicanas, y se pueda ingresar una marca colectiva mexicana bajo esta modalidad en el mercado extranjero. Así mismo, las denominaciones de origen se consideran una gran oportunidad que México puede explotar en beneficio directo de su sector artesanal.

Por otro lado “la estrategia por franquicia se estipula bajo contrato donde se establece que una compañía recibirá pago de otra parte, en forma de regalía o cuota, a cambio del derecho de utilizar su propiedad intelectual; casi siempre supone un periodo de tiempo mayor que la licencia e incluye otros factores, como vigilancia de las operaciones, capacitación y publicidad, implica una variedad más amplia de factores operativos y cubren un periodo de tiempo mayor en la vigencia del contrato.

Las franquicias ofrecen la ventaja de que limitan la exposición al riesgo que una empresa corre en los mercados exteriores, y al mismo tiempo puede expandir su base de ingresos”.⁵⁷

Representando otra oportunidad para las piezas artesanales mexicanas, al ofrecer un modelo de negocio con identidad cultural mexicana al alcance de los europeos, siendo el propio Fonart quien llevará esta modalidad a varios países del mundo en 2001. Esta forma tiene grandes bondades como un control sobre la esencia del modelo de negocio, al ofrecer manuales de operaciones a desarrollarse, quedando todo estipulado bajo contrato.

Para las artesanías supone una forma más viable para su alcance internacional, sin embargo, representa mayor investigación y la disponibilidad de mayores recursos.

⁵⁷ Administración Estratégica. Textos y Casos. Gregory G. Dess., G. Tom Lumpkin., Alan B. Eisner. Mc Graw Hill. 5edición. México. 2011. Pág. 254.

“Las alianzas estratégicas recientemente han adquirido mucha popularidad, en algunos casos suponen la creación de una tercera entidad legal, casi siempre las alianzas estratégicas se concentran en iniciativas de menor alcance.

Estas estrategias han sido efectivas para ayudar a las empresas a aumentar sus ingresos y reducir costos, así como para mejorar el aprendizaje y difundir tecnología; estas asociaciones les permite compartir los riesgos y también los ingresos y la utilidades potenciales; además, como acceso a nuevas fuentes de conocimiento y tecnologías, estas asociaciones ayudan a las empresas a desarrollar competencias centrales que conducen a ventajas competitivas en los mercados; por último, constituir asociaciones con empresas del país anfitrión proporcionan información muy útil sobre gusto, condiciones competitivas, cuestiones legales y detalles culturales de los mercados locales”.⁵⁸

Resulta ser una de las estrategias que se presentan dentro del actual trabajo como de las más adecuadas para el sector artesanal, permitiendo integrar mayores elementos en su implementación. Se considera que las alianzas estratégicas tienen mayor flexibilidad, al presentarse un interés de ambas partes por un trabajo más estrecho, en que se dé una colaboración en beneficio de ambas partes, al intercambiar los conocimientos y experiencias de cada uno, creando en conjunto algo más grande, siendo esto parte de una inversión sin una dependencia o enfoque puramente monetario, debido a que muchas veces el artesano no tiene el dinero para invertir en espacios, incluso en algunos casos ni en transporte, pero posee cantidades importantes de artesanías, conocimientos y técnicas que muchas veces son invaluable. Siendo un caso, el de espacios en galerías en Europa para la exhibición de arte mexicano.

⁵⁸ Administración Estratégica. Textos y Casos. Gregory G. Dess., G. Tom Lumpkin., Alan B. Eisner. Mc Graw Hill. 5edición. México. 2011. Pág. 254.

3.4 Cadena productiva de un producto artesanal.

Caso: Sombrero calentano de Tlapehuala, Guerrero.

A partir de la oportunidad brindada por Fonart, en la cual se visitó el estado de Guerrero, se consiguió tener contacto con dos maestros artesanos de sombrero de palma, artesanía considerada dentro de la rama artesanal de Fibras vegetales, logrando obtener información sobre el proceso de producción el cual; como se verá en el siguiente gráfico, implica muchas actividades y procesos, así como personas en su elaboración.

Gráfico 12. “Cuadro comparativo de respuestas a entrevistas aplicadas a artesanos y representante de Fonart”.



Fuente: Elaboración propia con datos recabados a partir de las entrevistas aplicadas a dos maestros artesanos de Tlapehuala, Guerrero. (Abril 2017)

Capítulo 4. Análisis de datos y hallazgos

La actual investigación, pretende identificar las estrategias para la competitividad del sector artesanal de México, para un mejor aprovechamiento del TLCUEM, determinando la existencia o no de las mismas. A través de la aplicación de un cuestionario se podrá identificar este hecho, de igual forma indagar sobre el aprovechamiento que se esté realizando de un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, por parte de artesanos mexicanos.

Con el fin descrito anteriormente, se realizó la visita a tres lugares dentro de la Ciudad de México con presencia significativa de artesanos mexicanos; *la ciudadela, mercado de artesanías San Juan y plaza del artesano de Coyoacán*. En dichos espacios se realizó entrevistas a artesanos con experiencia en la exportación/envió de artesanías al extranjero. Así mismo se acudió a Fonart (Fondo nacional para el fomento de las artesanías); donde se entrevistó al Director de promoción internacional de artesanías, con lo cual se logró obtener la siguiente información expuesta en la siguiente tabla. Donde se entrevistaron a 10 artesanos y un representante de Fonart. Adicional a esto se tuvo la oportunidad a través de Fonart de viajar al municipio de Tlapehuala en Guerrero y tener el acercamiento con dos expertos-maestros artesanos de tejido de palma, actividad principal de la región los cuales accedieron a ser entrevistados, presentándose el contenido de dicha entrevista a fin de resumen y semblanza al interior del presente capítulo.

Para comprobar la hipótesis de la investigación, los datos recabados son presentados en este apartado, iniciando con la manifestación del vaciado de datos recabados durante la aplicación de las entrevistas a los 10 artesanos y al representante de Fonart, así como un análisis de los mismos, en la siguiente tabla.

Tabla 15. “Comparativo de respuestas a entrevistas aplicadas a artesanos y representante de Fonart”.

Preguntas guía	Representantes privados- Artesanos (10)	Representante público-Promotor internacional de Fonart (1)	Análisis
1. ¿Es de su conocimiento que México tiene un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Si (7) ❖ No (3) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Si 	Prevalece un conocimiento de la existencia del TLCUEM.
2. ¿A qué países de la Unión Europea exportan?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ España (7) ❖ Alemania (5) ❖ Francia (2) ❖ Austria (1) ❖ Holanda (1) ❖ Inglaterra (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Holanda ❖ España ❖ Alemania ❖ Italia 	Los países europeos que adquieren artesanías mexicanas son: España, Alemania, Francia, Holanda, Austria, Inglaterra e Italia.
3. ¿Desde hace cuánto tiempo exportan?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 0 a 5 años (4) ❖ 5 a 10 años (-) ❖ 10 a 15 años (3) ❖ 15 a 20 años (2) ❖ 20 a 25 años (1) ❖ Arriba de 25 años (-) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Desde hace 2 y 3 años, se dio una relación más estrecha. 	Predomina una relación comercial entre México y Europa reciente (menor a los 5 años). Presentándose algunos casos, mayor a los 10 años.
4. ¿A qué país(es) de la Unión Europea es al que más envían sus artesanías?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ España (7) ❖ Alemania (4) ❖ Francia (1) ❖ Holanda (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Holanda 	Los países con los que se posee una mayor dinámica de comercio de artesanías son: España, Alemania, Francia y Holanda.
5. ¿Qué artesanías exportan?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Textiles (3) ❖ Artículos de madera (muñecos y guitarras (3) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Arte huichol ❖ Joyería ❖ Alfarería ❖ Barro negro 	Las artesanías que principalmente se exportan son: los textiles, los artículos de

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Barro (1) ❖ Piel (1) ❖ Plata (1) ❖ Joyería en ámbar (1) ❖ Espejos y hojalata (1) ❖ Artículos de vidrio (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Figuras en Cartonería 	madera el arte huichol, la joyería y la alfarería.
6. ¿A través de que medio realiza la labor de ventas al extranjero (internet-redes sociales, página web, tienda en línea, intermediario nacional/internacional, institución pública)?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Visita personal/turismo extranjero (7) ❖ Celular (2) ❖ Página web (2) ❖ Redes sociales (1) ❖ Correo electrónico (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Tienda en línea 	En el caso de los artesanos el principal medio para realizar las ventas se da a través del turismo extranjero, dando seguimiento a las relaciones que se entablan en el propio territorio mexicano, través del celular y correo electrónico.
7. ¿A cuánto asciende su venta a mercados europeos (promedio anual)?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Menos de \$10,000 (3) ❖ Entre \$10,000 y \$30,000 (3) ❖ Entre \$30,000 y \$50,000 (1) ❖ Entre \$50,000 y \$70,000 ❖ Entre \$70,000 y \$90,000 (1) ❖ Arriba de \$90,000 (2) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mayor a \$200,000 	Los montos a los que ascienden las exportaciones de artesanías son variados, pero en términos generales de acuerdo a los rangos en que oscilan, estos son montos bajos, incluso el proporcionado por el representante de Fonart.
8. ¿En valor monetario en donde tienen mayor venta, en el mercado nacional o en el mercado europeo?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mercado Nacional (7) ❖ Mercado Europeo (2) ❖ Igual 50% y 50% (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mercado nacional 	En el mercado nacional se tiene una mayor venta de las artesanías, por el flujo de turismo.

<p>9. ¿Cuál es el medio de transporte utilizado, para enviar sus artesanías a Europa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aéreo (10) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Marítimo 	<p>Los artesanos utilizan el medio aéreo para hacer llegar sus artesanías a Europa por el contrario que Fonart, quienes ocupan el medio marítimo.</p>
<p>10. ¿Por qué utiliza ese medio?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Bajo costo (4) ❖ Elección del cliente (3) ❖ Rapidez (2) ❖ Viable y elección del agente aduanal (2) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Bajo costo 	<p>El bajo costo, es la razón principal para el uso del transporte aéreo, de la mano por la preferencia y elección del cliente.</p>
<p>11. ¿A qué retos se enfrentó, para poder exportar sus artesanías?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Incorporación fiscal (2) ❖ Proceso de pago (1) ❖ Especificaciones de etiqueta (1) ❖ Especificaciones del empaque (2) Daño o deterioro de la piezas (1) ❖ El alto costo de envío (1) ❖ Ninguno (2) (debido a que consultaron previamente) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Desconocimiento de los canales de distribución. ❖ Elevado costo del flete. 	<p>La mayoría de los artesanos-exportadores se enfrentó a diferentes retos para poder llegar a Europa, desde la incorporación fiscal, un elevado costo de envío, hasta las especificaciones de empaque y etiquetado.</p>
<p>12. ¿Considera que la artesanía mexicana posee características (técnica, diseño, durabilidad, materiales) que la hacen diferentes a otras artesanías en el mundo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Si (8) <p>Razón: Técnica, diseño y calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ No (2) <p>Razón: Actualmente es fácil su copia. Todas las artesanías guardan similitudes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Sí, por la diversidad en ramas artesanales. 	<p>La mayoría de los entrevistados consideran que la artesanía es diferente a otras artesanías en el mundo, por su técnica, calidad y diseño.</p>

<p>13. ¿Conoce de antemano, la existencia de un reconocimiento del artista (artesano) mexicano por parte del consumidor europeo, a través de la identificación del nombre del artista/diseñador o marca?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Si (5) ❖ No (5) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ No como tal, posiblemente de una marca sí. 	<p>No existe un reconocimiento en específico sobre un artesano/diseñador/marca mexicana por parte del europeo. Sin embargo sí identifican y aprecian las artesanías mexicanas como la talavera y las catrinas.</p>
<p>14. ¿Existe un conocimiento de los gustos y necesidades de los europeos, en relación directa a la adquisición de artesanías que realizan?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Si (8) ❖ No (-) ❖ Parcialmente (2) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Es parcial el conocimiento, aún no se cuenta con un número suficiente de clientes europeos, que permitan generar tendencias. 	<p>Se posee conocimiento de los gustos más que de las necesidades de los extranjeros en algunos casos es más específico y otros, parcial.</p>
<p>15. ¿Se han realizado piezas artesanales o empaques, exclusivos para el cliente europeo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Si (8) ❖ No (2) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Sí se han realizado pedidos especiales. 	<p>Es una realidad la elaboración de diseños exclusivos para un mercado europeo.</p>
<p>16. ¿Se cuenta con un plan de acción para incursionar en mercados europeos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Si (2) ❖ No (8) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Sí, en estrategias de ventas on-line. 	<p>Prevalece la ausencia de planes de acción por parte del artesano para entrar en mercados europeos.</p>
<p>17. ¿Actualmente, se posee algún tipo de alianza con el mercado europeo, para una colaboración</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Si (1) ❖ No (9) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ No. 	<p>El uso de alianzas por parte del sector artesanal con un mercado europeo, es nulo, prácticamente</p>

conjunta más estrecha?			inexistente. Se carece de alianzas del sector artesanal con el mercado europeo.
18. ¿Ha gozado de los beneficios, derivados del TLCUEM (desgravación arancelaria, simplificación aduanera) al momento de exportar las artesanías al mercado europeo?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Si (2) ❖ No (8) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Muy poco, no realizan la exportación directamente. 	El sector artesanal no percibe los beneficios del TLCUEM.
19. ¿A qué barreras arancelarias (pago de impuestos) se ha enfrentado?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ninguna porque las artesanías están exentas de impuestos. (1) ❖ Pago de aranceles por parte del cliente. (1) ❖ NA envió por paquetería. (8) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ninguna, debido a que ellos no realizan propiamente la exportación, sino el cliente. 	En mayor medida no se han enfrentado a barreras arancelarias, porque sus exportaciones son de bajo volumen y son realizadas por paquetería y una segunda razón, porque el cliente paga los impuestos generalmente.
20. ¿A qué barreras no arancelarias (restricciones por especificaciones técnicas, certificaciones o regulaciones) se ha enfrentado?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Madera estufada (1) ❖ Empaque reciclado (1) ❖ Especificaciones de producto (1) ❖ Certificado de no contaminación (1) ❖ Certificaciones de libre de plomo para Talavera (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ NA 	La mayoría de los artesanos exportadores no se han enfrentado a barreras no arancelarias, debido al uso de paquetería o bien por que el cliente europeo realiza el proceso de importación directamente.

	❖ No se han enfrentado a estas barreras dado la forma en que envían sus artesanías es por medio de paquetería (5)		Las barreras no arancelarias enfrentadas, responden a regulaciones relacionadas con empaque, etiquetado del producto y regulaciones ambientales.
21. ¿Cómo se han comportado las exportaciones de artesanías hacia la Unión Europea en los últimos 5 años (del 2012 a la fecha)?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Igual (6) ❖ A la alza (-) ❖ A la baja (4) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Con un crecimiento exponencial. Existe un interés del mercado europeo por las artesanías mexicanas. El 2016 ha sido el mejor año. 	El comportamiento de las exportaciones artesanales se aprecia con un comportamiento lineal y en algunos casos a la baja.

Fuente: Elaboración propia con datos recabados a partir de las entrevistas aplicadas en la Ciudadela, Mercado de artesanías San Juan, plaza del artesano Coyoacán y Fonart (Septiembre 2017).

La tabla anterior en su primera columna muestra las preguntas aplicadas a los entrevistados, con un total de 21 interrogantes, en la segunda columna las respuestas brindadas por los 10 artesanos entrevistados y en la tercera columna las respuestas otorgadas por el representante de Fonart, mientras que en la última columna se hace un análisis comparativo de las respuestas brindadas por ambos grupos (representantes privados y públicos de las exportaciones de artesanías), con el fin de conocer cuál es el patrón que sigue actualmente la comercialización de artesanías a la Unión Europea.

A raíz de los datos recabados con las entrevistas realizadas a artesanos y al representante de Fonart, se llega a ciertas relaciones de análisis, con el objeto de investigación que se posee, las cuales se desarrollan en las siguientes líneas.

Pese a que prevalece un conocimiento de la existencia de un TLC'S con la Unión Europea, esto no ha sido suficiente para su capitalización y mejor aprovechamiento, en especial para los sectores más necesitados, como lo es; el sector artesanal, dado que en forma general la relación comercial es reciente a comparación de la vida del TLCUEM.

Resalta el hecho de que en entrevista con representante de Fonart, se expresó no poseer una exportación directa de las artesanías, dejando en manos del cliente el proceso de logística y elección de medio de transporte.

Contrario a lo expresado por el promotor internacional de las artesanías en lo referente al comportamiento de las exportaciones en los últimos años, donde se menciona que van a la alza y que existe un interés por parte del europeo en las artesanías mexicanas, los artesanos no perciben este comportamiento, mencionando que las exportaciones se han mantenido igual y en algunos casos éstas han bajado. De acuerdo a los datos analizados en las gráficas elaboradas con trademap, se coincide con el representante de Fonart, en el hecho que en 2016 se tuvo mayor exportación que durante el 2017, por mucho.

México exporta a la Unión Europea 3.06% del total de artesanías que exporta a todo el mundo, mientras que del total de mercancías que exporta a Europa, únicamente el 0.24% corresponde a artesanías, esto para el año 2016 (ver tabla 6 y 8). Con estos indicadores se puede corroborar un bajo aprovechamiento del TLCUEM y una mínima participación del sector artesanal, en el comercio internacional de México.

Dentro de los comentarios que se pueden rescatar de las entrevistas realizadas, las cuales al ser semiestructuradas permiten una flexibilidad en su desarrollo, las personas destacan como uno de los principales retos del sector, el hecho de mejorar el costo del envío de las artesanías al extranjero debido a que en muchas de las ocasiones este costo supera el valor de la misma artesanía, provocando que la acción de venta se vea mermada. De la mano con la percepción anteriormente expresada por los artesanos, se menciona que una gran cantidad del comercio de artesanías sea de equipaje, en el cual el mismo viajero extranjero se lleva sus piezas artesanales adquiridas en territorio mexicano y que suelen ser para obsequio y adorno.

Por otro lado, de acuerdo a las entrevistas aplicadas, se puede observar que las exportaciones de artesanía, al igual que sucede en un ámbito de exportaciones mexicanas generales, se siguen centrando en Estados Unidos, siendo Latinoamérica y Europa quienes ocupan las siguientes posiciones con un valor de artesanías menor.

4.1 Entrevistas a artesanos de sombreros de Tlapehuala, Guerrero.

Se presentó la oportunidad de viajar al municipio de Tlapehuala, Guerrero donde se entrevistó a dos artesanos de sombrero de palma; artesanía principal de la región. La información obtenida se presenta a continuación:

Entrevista 1. con maestro artesano:

En primer lugar, se entrevistó al artesano Genaro Echeverría quien lleva 30 años dedicándose a la elaboración de sombrero de palma comentando que no tiene venta al extranjero de forma directa, sin embargo posee clientes que se llevan los sombreros a Estados Unidos, siendo en varios casos los mismos connacionales (migrantes), que trabajan en Estados Unidos y quienes le compran importantes cantidades, también tiene diversos clientes del interior de la República como del Estado de Guerrero y Estado de Michoacán. Menciona que no existe apoyo por parte del estado para un crecimiento de su actividad artesanal y no existe un mecanismo claro, para realizar los trámites necesarios, de la mano con la búsqueda de nuevos mercados y clientes, siendo los mismos representantes públicos, los que se benefician de los recursos federales y de la información proveniente de diversos proyectos, quienes se muestran recelosos de la misma.

Entrevista 2. con maestro artesano:

La segunda entrevista, fue realizada al artesano Custodio Aparicio Santibañez, quien posee experiencia y conocimiento en toda la cadena de producción del propio sombrero desde la compra de la palma directamente en la Sierra sur del Estado de Guerrero, la venta de palma, compra y venta de la trenza, la elaboración del sombrero y su comercialización. Así mismo, es pertinente mencionar que el artesano posee estudios en Economía e Historia por parte de la UNAM, por lo cual el nivel de conocimientos de la actividad en particular es amplio y enriquecedor para efectos del presente trabajo; ayudando a comprender mejor, la manera en que se desarrolla está artesanía típica (sombrero) de la región de Tierra caliente, a través de todos los actores participantes, tanto en un nivel nacional como internacional. Menciona que cerca de la comunidad, a un par de horas en Chilapa, Guerrero se produce una cantidad extensa de productos de palma e incluso, se realizan artesanías de hoja de maíz. Respecto al tema de innovación, se ha logrado teñir la palma e incursionado en la elaboración de sombreros de damas modernos y de diferentes colores, donde realizan diferentes modelos y artículos de la misma palma teñida.

En relación a la economía del municipio; señala que las dos principales actividades económicas de la comunidad son la elaboración de sombreros y la elaboración de pan, después se encuentran, las actividades primarias como agricultura.

En el ámbito de una exportación del sombrero, Custodio expresa la existencia de dos talleres (Palmares de Guerrero y Sombreros Tecal) que envían los sombreros a Estados Unidos, rotulando sombreros para radiodifusoras hispanas y a la comunidad mexicana que radica en ese país, así mismo en algunos casos han realizado envíos a países europeos, pero de forma esporádica. Sin embargo, considera que no existe aún una calidad de exportación, refiriéndose en particular, al municipio de Tlapehuala.

Custodio, menciona que los talleres y proyectos que llegan por parte de Fonart y secretarías del estado, no han tenido la continuidad por parte de los artesanos. Dentro de los retos principales que tienen para poder tener acceso a otros mercados, expresa la falta de capital, y la falta de acceso a créditos.

Mientras que en Sahuayo, Michoacán se tiene otro tipo de trabajo con el sombrero, más desarrollado, con hormas americanas y más modernas, y con capacidad de accesos a créditos más grandes, lo que le ha permitido distribuir a diversos mercados nacionales (Sinaloa, Veracruz, Tamaulipas, Michoacán) y al extranjero, principalmente Estados Unidos (Texas, San Diego y California).

4.2 Resultados de la investigación

A fin de conocer el resultado de la presente investigación y de manera específica evidenciar la comprobación o rechazo de la hipótesis propuesta en la misma, se presenta la siguiente tabla, en la cual de acuerdo a la operacionalización de las variables se formularon las preguntas que integraron las entrevistas aplicadas tanto a los 10 artesanos como al representante de Fonart integrando las respuesta en un solo análisis e interpretación, mostrándose en la tabla las dimensiones abordadas, teniendo en cada rubro, su determinación de entre 4 posibilidades (se aprueba, se aprueba parcialmente, se niega o se niega parcialmente), según la inclinación que mostraron tener las respuestas brindadas en la tabla 15.

Hipótesis: Sí el sector artesanal de México aplica las estrategias de diferenciación, enfoque e internacionalización, entonces habrá un mejor aprovechamiento del TLCUEM.

Tabla 16. “Resultados de la investigación para la discersión de la hipótesis”.

Dimensión estudiada	Evidencia a favor o en contra de la hipótesis
1. Conocimiento del objeto de Estudio-TLCUEM. (alcance conceptual)	Prevalece un conocimiento de la existencia del TLC'S (Se aprueba)
2. Aprovechamiento del TCLUEM. Número de países de la UE con una relación comercial. Porcentaje de aprovechamiento de relaciones comerciales con países de la UE.	Relación comercial con 7 países de 27 =26% (Se niega)
3. Antigüedad exportando y antigüedad del TLCUEM.	Promedio de 10 años exportando y 17 años de operación del TLCUEM. (Se aprueba parcialmente)
4. Concentración y enfoque de exportaciones.	4 países (Se niega)
5. Presencia de las diferentes ramas artesanales en las exportaciones hacia Europa. (alcance conceptual)	Se registró participación de 8 de las 17 ramas artesanales = 47%. (Se niega parcialmente)
6. Herramientas utilizadas para un contacto con el mercado exterior.	Medios de comunicación personal: teléfono y correo. (Se aprueba parcialmente)
7. Nivel de aprovechamiento del TLCUEM, reflejado en montos de ventas.	Promedio de ingresos anuales por exportación \$87,545 (Se niega parcialmente)
8. Aprovechamiento del TLCUEM, comparativo de mayor venta, mercado nacional vs. Mercado europeo.	Existencia de una mayor venta en el territorio nacional, gracias al turismo. (Se niega parcialmente)
9. Medio de transporte líder en las exportaciones de artesanías. (Uno de los principales retos encontrados en la revisión de la literatura).	El transporte aéreo es el medio que se utiliza para transporte de artesanías a Europa. (Se aprueba)
10. Necesidades primordiales del usuario de transporte de artesanías al extranjero.	Precio económico. (Se aprueba)
11. Principales retos enfrentados del sector artesanal para exportar. (Posibles razones por las cuales se ha limitado un mejor aprovechamiento del TLCUEM).	Las razones están encaminadas a una falta de adaptación (mostrando una estrategia de enfoque débil) y formalidad del sector en mayor grado y a una falta de aplicación de estrategias de internacionalización en menor grado. (Se niega)
12. Apreciación de una estrategia de diferenciación en la artesanía mexicana por parte del mismo artesano.	Los artesanos perciben y fundamentan la existencia de una diferenciación de la artesanía mexicana. (Se aprueba)
13. Estrategia de diferenciación percibida por el cliente europeo.	El extranjero percibe una diferenciación sobre la artesanía mexicana de forma general, sin ser está tan específica en la mayoría de los casos. (Se aprueba parcialmente)
14. Aplicación de una estrategia de enfoque por el sector artesanal.	La estrategia de enfoque es aplicada por el sector artesanal de forma parcial, al conocer sus gustos, sin en cambio, no sus necesidades. (Se aprueba parcialmente)

15. Estrategia de enfoque aplicada por el sector artesanal.	Aplicación de una estrategia de enfoque por parte del artesano mexicano a través del desarrollo de piezas exclusivas. (Se aprueba)
16. Estrategia de internacionalización aplicada por el sector artesanal, a través de un plan en concreto para incursionar en mercados europeos.	Ausencia de planes para acceder a mercados europeos. (Se niega)
17. Estrategia de internacionalización aplicada por el sector artesanal, a través de Alianzas.	El sector artesanal carece de alianzas con el mercado europeo. (Se niega)
18. Percepción de un beneficio directo de la existencia de un TLC'S con la Unión Europea.	El sector artesanal no percibe un beneficio directo sobre TLCUEM. (Se niega)
19. Las barreras arancelarias como factor para un mejor aprovechamiento del TLCUEM.	De forma general no se percibe como factor, derivado a que son nulos los casos que han pagado un arancel al momento de exportar sus artesanías a Europa. (Se aprueba)
20. Las barreras no arancelarias como factor para un mejor aprovechamiento del TLCUEM.	Las barreras no arancelarias son un factor parcial, debido a que en un 50% los artesanos no se enfrentan a las mismas (por uso de paquetería o por que el cliente europeo realiza el proceso de importación) y otro 50% si se ha enfrentado al cumplimiento de las mismas. (Se niega parcialmente)
21. Desarrollo de las exportaciones de artesanías a Europa en los últimos años, (aprovechamiento del TLCUEM).	El sector artesanal ha exportado sus piezas de forma igual y en algunos casos se ha reducido la actividad, en los últimos 5 años. (Se niega)

Fuente: Elaboración propia con datos recabados en campo (Octubre 2017).

A continuación se presenta la información y tabla con la cual finalmente se aprueba o se niega la hipótesis planteada en la presente investigación.

Tema: "Estrategias para la competitividad del sector artesanal de México: alternativa para un mejor aprovechamiento del TLCUEM".

Hipótesis: Sí el sector artesanal de México aplica las estrategias de diferenciación, enfoque e internacionalización, entonces habrá un mejor aprovechamiento del TLCUEM.

Tabla 17. Comprobación de la hipótesis.

Pregunta de investigación	Hipótesis	Dimensión estudiada	Figura investigada	Preguntas guía de entrevistas	Aprobación o Negación		
¿Se aplican estrategias para la competitividad en el sector artesanal que aprovechen el TLC que México firmó con la Unión Europea (TLCUEM)?	Sí el sector artesanal de México aplica las estrategias de diferenciación, enfoque e internacionalización, entonces habrá un mejor aprovechamiento del TLCUEM.	Estrategia de diferenciación	Artesanos exportadores	12 y 13 A y A.P	Se aprueba.		
			Representante de Fonart	12 y 13 A y N.P			
		Estrategia de enfoque	Artesanos exportadores	6, 14 y 15 A.P, A y A	Se aprueba.		
			Representante de Fonart	6, 14 y 15 N, N.P y A			
		Estrategia de internacionalización	Artesanos exportadores	9, 10, 16 y 17 A, A, N y N	Se niega		
			Representante de Fonart	9, 10, 16 y 17 N, A, N y N			
		Mejor aprovechamiento del TLCUEM	Artesanos exportadores	2,3,4,7,8,11,18,19,20 y 21 N,N.P,N,N.P,N.P,N.P,N,A,N.P y N	Se niega parcialmente.		
			Representante de Fonart	2,3,4,7,8,11,18,19,20 y 21 N,N,N,N,N,N,N,N,N y A	Se niega.		
			Estadísticas TradeMap	En 2016 el 0.24% de las exportaciones a Europa, concernían a artesanías, y para junio del 2017 fue de 0.16%. De 2015 a 2016 la exportación de artesanías decreció -3.45%. Para el periodo de 2001 a 2005 el crecimiento fue de 9.78% y para el periodo de 2013-2016 fue de 2.76%.	Se niega.		
		A: Se aprueba A.P: Se aprueba parcialmente N: Se niega N.P: Se niega parcialmente					

Fuente: Elaboración propia con datos recabados en campo (Octubre 2017).

La hipótesis se niega, debido a que el sector artesanal ha aplicado las estrategias de diferenciación y estrategias de enfoque, pero en relación a una aplicación de las estrategias de internacionalización, estas han sido prácticamente nulas, lo que ha derivado en un bajo aprovechamiento del TLCUEM, manteniendo relación comercial principalmente con 7 países, de los 27 integrantes de la Unión Europea, menos de la tercera parte. Los importes por exportaciones de artesanías mexicanas en los últimos años se han mantenido igual, sin presentar importantes crecimientos o disminuciones, donde en 2016 únicamente el 0.24% de las exportaciones a Europa, pertenecían a

artículos artesanales. El crecimiento de las exportaciones de artesanías mexicanas en el periodo inmediato (2001-2005), a la firma del tratado de libre comercio fue de 9.78%, mientras que para un periodo más reciente 2013-2016 el crecimiento obtenido fue del 2.76%. Reflejando un bajo aprovechamiento del TLCUEM en años recientes, pese a una aplicación de dos (estrategia de diferenciación y estrategia de enfoque) de las tres estrategias propuestas en la presente investigación

Conclusiones

El sector artesanal encierra una serie de características que lo hacen diferente de otros, a raíz de la investigación desarrollada se puede concluir en diversos puntos, uno de ellos es la poca información que se proporciona del sector, pese a que el 10% de la población mexicana se dedica a la actividad artesanal; este hecho es influido por la informalidad y baja estructura que poseen los grupos de artesanos en general y bien a un desinterés de las principales instituciones que los representan para realizar mecanismo de difusión informativa y censal del sector.

La presente investigación con el objetivo de identificar las estrategias para la competitividad del sector artesanal de México, para un mejor aprovechamiento del TLCUEM; logró identificar la aplicación por parte del sector artesanal, de estrategias para la competitividad del mismo, aunque no de forma total, dado que dos estrategias si son percibidas y aplicadas por los artesanos, refiriéndonos a la estrategia de diferenciación y a la estrategia de enfoque; las cuales aún presentan necesidades en cuanto a un mayor reforzamiento, debido a que el extranjero no diferencia totalmente la artesanía mexicana, no por el contrario para el caso de la estrategia de internacionalización, la cual no está siendo aplicada. Lo que ha derivado en un bajo aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio con Europa, el cual para el periodo de análisis inmediato a la firma del TLC, 2001-2005, tuvo un crecimiento de las exportaciones de artesanías del 9.78% y para un periodo reciente comprendido entre 2013-2016 este crecimiento fue de 2.76% mostrando una importante diferencia.

México mantiene relación comercial principalmente con 7 países, de los 27 integrantes de la Unión Europea, menos de la tercera parte. Los importes por exportaciones de artesanías mexicanas en los últimos años se han mantenido igual, sin presentar importantes crecimientos o disminuciones, donde en 2016 del total de artesanías mexicanas exportadas al mundo sólo el 3.06% fueron a la Unión Europea, mientras que del total de mercancías que México exporta a Europa únicamente el 0.24% pertenecen a artículos artesanales.

Con lo anterior, la presente investigación deriva en la negación de la hipótesis planteada, al no existir un mejor aprovechamiento del TLCUEM, a raíz de la aplicación de dos de las tres estrategias para la competitividad del sector artesanal aquí planteadas.

Con la presente investigación se corrobora una importante dependencia de las exportaciones artesanales mexicanas hacia Estados Unidos, donde varios de los artesanos que no se pudieron entrevistar para efectos de la actual investigación, mencionaron tener relación comercial con Estados Unidos principalmente, mismo caso de la situación expresada por los dos expertos-maestros artesanos del estado de Guerrero, cotejando este hecho con la información consultada se tiene que los principales países importadores de artesanías (Estados Unidos, China y Alemania) resultan a su vez, ser los principales exportadores en el mundo, teniendo el primer lugar China, mientras que Estados Unidos se presenta como el principal demandante de estas piezas, y al que México manda la mayor cantidad de sus artesanías, dejando a la luz la reexportación que Estados Unidos realiza de las piezas mexicanas.

Por otro lado la Talabartería, la Joyería, la Lapidaría, los Textiles y la Cartonería; actualmente representan las principales ramas artesanales mexicanas que se exportan a la Unión Europea.

Los resultados que propiamente el segundo capítulo brindo, identifica una exportación de artesanías muy inestable y variable, hecho que se encuentra relacionado con la parte de insatisfacción de una oferta exportable, y por las características propias de la artesanía, que no se determina como un producto industrial y seriado, por otro lado el comprador no es un público generalizado o amplio, sino que es un mercado determinado, que se inclina por el gusto al arte, y posee el poder adquisitivo para allegarse de piezas artesanales. A través del acercamiento con artesanos, se pudo identificar la importante presencia de una labor de comercio internacional a través de envíos por paquetería, especialmente en avión que se realizan a la Unión Europea; siendo menores los casos de un comercio internacional a través de volúmenes considerables y envíos marítimos.

A lo largo de la presente investigación se encontraron con diversos factores que representan desafíos para el sector artesanal y de los cuales se cree pertinente mencionar los más relevantes, siendo estos los que a continuación se presentan:

- Baja preservación de la actividad artesanal, existe una dificultad para conservar elementos culturales ancestrales, en específico las técnicas de elaboración y producción artesanal ante el poco interés por parte de los descendientes de artesanos por conservar las técnicas artesanales, dado que es una actividad poco remunerada, que implica gran trabajo y dedicación.
- Penetración de los denominados souvenirs y productos manufacturados con alta tecnología y de forma masiva, que se ofrecen bajo el título de artesanías y presentan imágenes similares, no así el grado de calidad (competencia asiática).
- Altos costos de la materia prima y falta de capital por parte de artesanos para proveerse de los insumos necesarios. (Pocos financiamientos al sector).
- Elevado nivel de competencia en el mercado, que conlleva en algunos casos a distorsionar la artesanía en búsqueda de satisfacer aspectos de moda, diseño e innovación, llegando a ser ajenos al significado de artesanía.
- Las artesanías no son un producto que responda fácilmente a las condiciones de un mercado capitalista y de maquila al por mayor, situación que frena la oportunidad de exportar artesanías, al manifestarse una gran demanda de las mismas por mercados extranjeros y no contar con la capacidad de exportación exigida.
- La actividad artesanal se encuentra frente al reto de superar aspectos como la piratería y los problemas de comercialización, a fin de ofrecer productos auténticos y de verdadera tradición en los distintos mercados, lo que contribuirá al posicionamiento del sector.
- Otro elemento, mismo que podría señalarse de los más importantes aspectos a considerar, es el alto costo de transporte de las artesanías al tratarse de artículos que necesitan un embalaje y trato especial, lo que las hace más caras, mermando su rentabilidad y viabilidad, siendo la logística elemento crucial para las artesanías. Ante lo cual, se plantea una propuesta en el siguiente apartado.

La economía y competitividad actual, son sin duda un arma de doble filo, por un lado se tienen grandes e importantes desarrollos y se identifican habilidades impresionantes en las personas, basta con ver a los jóvenes y niños; sin embargo por otro lado se tiene un gran porcentaje de la población que se encuentra a distancias abismales de estos cambios y con condiciones de vida y educación mínimos.

El que se desee apoyar a este sector no quiere decir que cambiemos con la base cultural y fidedigna de las artesanías para convertirse en un producto industrial y que sea comercializado por grandes masas, sino que por lo contrario sean valorados, otorgando un pago justo por ellos, si bien en México ha permeado por años una mentalidad de malinchismo hacia lo nacional, en el año 2016 en particular, aunado con la moda artesanal que se originó a causa de varios factores económicos, políticos y sociales, se ha visto una concientización de la población mexicana y un cambio en la forma en que las artesanías son vistas. Sin embargo aún falta mucho por hacer, se debe consolidar y fundamentar con cifras y resultados.

Uno de los principales impedimentos que ha tenido el sector en vísperas de un mayor desarrollo, ha sido la mentalidad propia del artesano que si bien cuenta con una formación nula, con un escaso conocimiento de los avances tecnológicos, culturales, teóricos, ambientales y todos aquellos desarrollados en las diferentes áreas que están interrelacionados a una sociedad, es cierto que su misma forma de vida humilde ha creado en ellos un desapego a cuestiones materiales en parte claro, por un desconocimiento de sus existencia, siendo personas con un menor grado de interés a la generación de capital, que por otro lado si permea en las grandes ciudades. Elementos culturales e ideológicos que se deben comprender y no perder de vista al momento de trabajar e intervenir con artesanos, de tal forma que lejos de que una mecanismo domine sobre otro, se de una integración de elementos entre esferas sociales que se encuentran desvinculas unas de otras.

La actualización del TLCUEM, precisamente durante el 2017, crea expectativas para conocer las propuestas y áreas de mejora trabajadas, como lo referente al comercio electrónico, el cual está creciendo considerablemente y presenta ser una herramienta importante para el sector artesanal, por su estrecha vinculación con servicios de

paquetería utilizados a la fecha por varios artesanos, en su relación comercial con Europa.

La presente tesis contiene diversas aristas y puntos de discusión, que quedan abiertos para próximas investigaciones, consultas o simplemente para aquella persona interesada en este sector y naturalmente, para el artesano mexicano.

Recomendaciones y Propuestas.

Como se pudo apreciar a lo largo de la investigación, las artesanías encierran una serie de condiciones y dificultades que actualmente no le han permitido aprovechar de mejor forma la existencia de un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, dentro de las que resultan de mayor relevancia, de acuerdo a las fuentes consultadas, así como a lo expresado por artesanos en las entrevistas realizadas, las siguientes:

- Falta de una política gubernamental en materia artesanal, bien definida que confiera continuidad a los proyectos nacionales.
- Carencia de una clasificación aduanera, que las considere para un comercio exterior.
- Competencia local (diseñadores, emprendedores) y competencia internacional (productos asiáticos).
- Falta de capital.
- Ausencia de criterios oportunos de producción (homologación y estandarización de las piezas artesanales).
- Falta de información y acceso a proyectos.
- No existe un modelo de producción artesanal que permita reproducirse por sí mismo y en condiciones diferentes. Recordar que las condiciones de trabajo y las materias primas son distintas en las diferentes regiones del país.
- Costos elevados de transporte.
- Elevado trámite (burocracia).
- El mercado europeo exige una serie de condiciones de gran importancia y trabajo previo (Mercado amigable con el medio ambiente).
- Insatisfacción de una oferta exportable.
- La planeación y la organización del sector artesanal, es muy deficiente.

Por tales causas se realizan las siguientes recomendaciones y propuestas, las cuales parten en dos líneas, una en el ámbito nacional y otra en el internacional a través de un trabajo a la par que se complemente; esto con la intención de seguir sumando esfuerzos en el sector con gran potencial y riqueza cultural, para un mayor desarrollo y

crecimiento, una vez habiendo definido los puntos cruciales del sector artesanal mexicano:

Ciertas recomendaciones son las que surgen del presente trabajo de investigación, y que abordan elementos que se pueden trabajar desde el ámbito nacional:

- Fortalecer el sector artesanal, apreciando y apoyando las artesanías mexicanas y pagándolas a un precio justo.
- Vincular al sector empresarial, la academia y el estado con el sector artesanal, en aras de integrar saberes y herramientas para el desarrollo e impulso de este sector y de la riqueza nacional, a través de la generación de proyectos en conjunto.
- Propiciar la preservación de la cultura mexicana y su artesanía ancestral, a través de su reconocimiento y valoración nacional e internacional.
- Desarrollar una feria artesanal con carácter internacional donde converja el sector artesanal mexicano con homólogos de otros países.
- Generar una plataforma de información referente al sector artesanal en la cual se logre integrar datos sobre la población de artesanos, estadísticas, presencia por rama artesanal, situación comercial e inclusive proyectos que se estén desarrollando de forma paralela. Fonart sin duda alguna cuenta con información que podría ayudar a alimentar esta plataforma.
- Desarrollo de un plan artesanal nacional, en el cual se cree el mecanismo para un desarrollo integral del sector artesanal, donde participen las principales instituciones que fomentan esta actividad (Fonart, CDI), así como las casas de artesanos de cada estado.

De las recomendaciones anteriormente expresadas se puede mencionar que de acuerdo al trabajo nacional que se logre realizar, será la magnitud y el alcance que pueda tener la exportación de artesanías mexicanas en conjunto y no como hechos aislados y escasos, como actualmente se viene realizando, que sin duda son de gran valor, por la experiencia previa que genera; sin limitar el trabajo a la par en un contexto internacional, en el cual hoy día se puede incentivar el flujo de artesanías hacia un mercado europeo, diversificando de esta manera los mercados a los que México tiene

acceso y aprovechando los TLC'S vigentes. Mejorando en temas de logística, de la mano con la estrategia de diferenciación y la estrategia de internacionalización (alianzas estratégicas) que se abordaron en el presente trabajo de investigación.

Mientras que en el ámbito internacional la estrategia de diferenciación, una de las tres estrategias para la competitividad abordadas en la presente investigación puede lograrse a través de las marcas colectivas por rama artesanal, en la cual se sumen elementos, para reunir una oferta exportable atractiva para el mercado europeo y que cuente con una imagen establecida que brinde identidad como comunidad de artesanos.

Se definen algunas áreas de oportunidad identificadas, que lograrían trabajar con los factores en contra que presentan las artesanías, de una manera más estratégica:

Una primera área de oportunidad que se considera de gran importancia y cuyo aprovechamiento no se está gestando de una forma óptima, es el hecho de que las artesanías en general, cuentan con desgravación arancelaria total al día de hoy. Salvo cuestiones particulares que impliquen algún riesgo para la comunidad europea.

Las denominaciones de origen, con las que cuenta México pueden ser consideradas como una clara oportunidad, para un aprovechamiento del TLCUEM, su reconocimiento como piezas de exclusividad en la elaboración, han sido otorgadas por la gran calidad que las ha distinguido a través de los años.

De acuerdo a la Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea, la cual fue publicada en el 2005 y que a la fecha no ha sido actualizada, se analizan 9 de los 15 sectores de la Unión Europea en los cuales México presenta oportunidades para exportar, donde se destaca la mención que se hace de los artículos de regalo y decoración al ser identificados como un área de oportunidad por la misma dependencia y donde caerían indudablemente las artesanías mexicanas.

Otra área de oportunidad que es evidente y que no siempre se profundiza, ni se le da la importancia que realmente conlleva, es el acceso a 28 países que permite el establecimiento de un TLC con el mercado europeo, y que en términos generales no se ha logrado explotar al 100%, por diversas cuestiones; una de las identificadas y de las

más importantes es la referente a la distancia, lo que aumenta el costo de transporte y eleva el riesgo de sufrir pérdidas o daños.

Al hablar de artesanías, los elementos anteriormente contemplados guardan singular relación al hacer referencia a la tradición y cultura, elementos que de alguna forma u otra se estarían difundiendo al ser aplicadas las estrategias para la competitividad en aras de un mayor crecimiento y desarrollo del sector artesanal.

Por otro lado, se opta por realizar una propuesta de logística en materia de exportaciones artesanales, al identificarse el tema de un transporte costoso, como uno de los principales factores que han dificultado a los artesanos mexicanos en su deseo por llegar al viejo continente.

El tema de la sustentabilidad dentro del sector artesanal mantiene sus críticas, al ser una actividad donde la mayor parte de los insumos provienen de recursos naturales, y donde se fundamenta un probable desequilibrio del medio ambiente al estar haciendo uso de esos recursos, los cuales se presumen que se han incrementado de los años 70 a la fecha, hoy día se cuenta al menos con 62 pueblos indígenas, representando una población indígena de por lo menos 12 millones, los cuales por años y desde sus raíces se han mantenido de esta actividad y si se compara está actividad con las realizadas en otros sectores, como el de manufactura e industrial, la producción artesanal no representa riesgo alarmante como por el contrario si lo implican las demás actividades económicas (industrial y manufacturera). Los artesanos al habitar zonas rurales poseen conocimientos de su entorno y del cuidado que este debe tener para su preservación,



Ilustración 4 Fuente:
<http://m.manufactura.mx/noticias/logistica/2014/09/11/dhl-aumenta-uso-de-electricidad-verde>

lo que conlleva en el desarrollo de una actividad sustentable hasta el día de hoy, al tener una mayor consciencia del medio que los rodea, sin que necesariamente esto sea ley o se aplique en todos los casos.

Es así que se propone implementar una estrategia de logística verde en la cual la utilización de los medios de transporte sean los más amigables con el medio ambiente,

considerando un compromiso y responsabilidad con el mismo, donde los empaques utilizados para contener las artesanías sean reciclables, esto de la mano con el establecimiento de alianzas estratégicas con operadores del mercado internacional como DHL, quienes implementan en mayor grado la logística verde, en sus unidades de transporte, incluyendo el transporte aéreo, siendo el principal medio utilizado por los artesanos para el envío de sus artesanías a Europa.

En cualquier ámbito es importante ubicar y conocer bien cuál es el mercado meta al que se desea llegar, en este caso el mercado europeo exige diversas pautas para poder ingresar artículos a sus naciones, dado el nivel de desarrollo y el tipo de consumo, siendo muy distinto al que se hace en el resto del mundo, lo que conlleva a que los artículos mexicanos necesiten una calidad y estandarización elevada, y si hablamos de artesanías esto se torna complejo. La exigencia del cuidado ambiental es una de ellas, a la cual se le propone hacer frente con la logística verde arriba señalada.

En el caso de las artesanías mexicanas, la forma de distribución más conveniente, para mantener un control sobre la cadena de suministro y de esta forma cuidar la calidad de la misma artesanía (elemento primordial para su diferenciación), es a través de un agente o un importador minorista.

La combinación acertada de precio/calidad y oferta exportable será la llave perfecta de acceso a cualquier mercado en el extranjero. Estos elementos se pueden definir por medio de un análisis comparativo de los datos del mercado de destino y las cifras de la propia empresa, pyme o sector artesanal. Resultando en investigaciones futuras el análisis de mercado a mayor profundidad.

Como se puede apreciar en este último apartado, las alternativas y herramientas para fortalecer al sector, son numerosas en mayor proporción a las barreras identificadas, deseando con la presente investigación crear un antecedente de la situación actual de la relación comercial internacional del sector artesanal en aras de una mayor participación en el extranjero, como alternativa para un desarrollo integral y mejores condiciones, de un sector tan valioso como el artesanal mexicano.

Bibliografía

1. Administración Estratégica y Política de Negocios. Thomas L. Wheelen. Pearson. 2013.
2. Administración Estratégica. Teorías y Casos. Arthur A. Thompson., Margaret A. Peteraf., Jhon E. Gamble., A.J. Strickland. Mc Graw Hill, 19na edición. México. 2015.
3. Administración Estratégica. Textos y Casos. Gregory G. Dess., G. Tom Lumpkin., Alan B. Eisner. Mc Graw Hill. 5edición. México. 2011.
4. Administración Estratégica: Competitividad y Globalización. Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson. Thomson., 7a edición. México. 2008.
5. Artesanías y Saberes Tradicionales. Salvador Pérez Ramírez. El colegio de Michoacán. Volumen II. Michoacán, México. 2015.
6. Artesanía y Capitalismo en México. Victoria Novelo. SEP-INAH. Centro de Investigaciones Superiores. México. 1976.
7. Cómo realizar actividades plásticas y artesanales. Pilar Berganza. CEAC. España. 1986.
8. Estrategia Competitiva. Michael Porter. CECOSA. Trigésima segunda reimpresión. México. 2000.
9. Estrategia Competitiva: Técnicas Para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. Michael Porter. Patria. 2da reformada. México. 2015.
10. Marketing Internacional. Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen. Thomson. México. 2013.
11. La Unión Europea y el TLCAN: Integración Regional Comparada y Relaciones mutuas. Joaquín Roy., Alejandro Chanona., Roberto Dominguez. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM. México. 2004.


12. La Esencia de los Negocios Internacionales. James H. Taggart., Michael C. McDermott. Prentice Hall. México. 1996.
13. Las artesanías en México: Situación Actual y Retos. Compilador. Francisco J. Sales Heredia. Foro Marzo 2012. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (CESOP).
14. La Producción Artesanal y su Contribución a la Riqueza Nacional. Carmen Nolasco Gutiérrez. Publicaciones empresariales UNAM FCA Publishing. 2014. México.
15. Metodología de la Investigación. Roberto Hernández Sampieri., Carlos Fernández Collado., María del Pilar Baptista Lucio. Mc Graw Hill, 6ta edición. México. 2014.
16. Metodología de la Investigación Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. Cesar Augusto Bernal Torres. Pearson, 3ra edición. Colombia. 2010.
17. Plan de Negocios de Exportación de Accesorios Típicos Artesanales Mexicanos a Italia. Universidad de las Américas Puebla (UDLA), Puebla. 2006.p.38. Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/lopez_p_dm/capitulo4.pdf.
18. Propuesta de Exportación de Artesanía Barro Negro a Alemania. Tesis que para obtener el grado de Licenciada en Administración Presenta. Vázquez Mata Miryam Iztel. México. 2003.

Cibergrafía

1. <http://www.bancomext.com/>
2. <http://www.promexico.gob.mx/>
3. <http://www.inegi.org.mx/>
4. <http://www.gob.mx/se/>
5. <http://www.fonart.gob.mx/web/index.php>
6. <http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/los-problemas-del-comercio-internacional-de-mexico.html>
7. <http://www.forbes.com.mx/mexico-y-sus-artesantias-en-el-mundo/>
8. http://www.inaes.gob.mx/doctos/pdf/guia_empresarial/comercializacion_de_artesantias.pdf
9. http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/TLC_Mex_UE
10. <http://www.economia-snci.gob.mx/>
11. <http://www.wto.org/>
12. <http://www.fusda.org/Revista25-26/Revista25-26EL%20ARTE%20POPULAR%20MEXICANO.pdf>
13. http://sde.guanajuato.gob.mx/index.php?option=com_content&task=52.
14. http://www.sice.oas.org/TPD/MEX_EU/Studies/Resultados_s.pdf
15. https://eeas.europa.eu/delegations/mexico_es
16. http://www.protlcuem.gob.mx/swb/es/Protlcuem/p_TLCUEM
17. <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001362/136238s.pdf>
18. <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageId=ES>

Anexos

Anexo1. Instrumento de medición: Cuestionario aplicado a artesanos mexicanos.

<p>Universidad Nacional Autónoma de México</p> <p>Posgrado en Ciencias de la Administración</p> <p>"Estrategias para la competitividad del sector artesanal de México: alternativa para un mejor aprovechamiento del TLCUEM".</p>	
	Fecha de aplicación de la entrevista: / /
<p><i>Representante entrevistado:</i></p> <p><i>Rama artesanal:</i></p>	
<ol style="list-style-type: none">1. ¿Es de su conocimiento que México tiene un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea?2. ¿A qué países de la Unión Europea exportan?3. ¿Desde hace cuánto tiempo exportan?4. ¿A qué país(es) de la Unión Europea es al que más envían sus artesanías?5. ¿Qué artesanías exportan?6. ¿A través de que medio realiza la labor de ventas al extranjero (internet-redes sociales, página web, tienda en línea, intermediario nacional/internacional, institución pública)?7. ¿A cuánto asciende su venta a mercados europeos?8. ¿En valor monetario en donde tienen mayor venta, en el mercado nacional o en el mercado europeo?9. ¿Cuál es el medio de transporte utilizado, para enviar sus artesanías a Europa?10. ¿Por qué utiliza ese medio?11. ¿A qué retos se enfrentó, para poder exportar sus artesanías?	
<small>La información recabada será utilizada con fines estadísticos y de investigación en el ramo artesanal.</small>	
1	

12. ¿Consideran que la artesanía mexicana posee características (técnica, diseño, durabilidad, materiales) que la hacen diferentes a otras artesanías en el mundo?
13. ¿Conocen de antemano, la existencia de un reconocimiento del artista (artesano) mexicano por parte del consumidor europeo, a través de la identificación del nombre del artista/diseñador o marca?
14. ¿Existe un conocimiento de los gustos y necesidades de los europeos, en relación directa a la adquisición de artesanías que realizan?
15. ¿Se han realizado piezas artesanales o empaques, exclusivos para el cliente europeo?
16. ¿Se cuenta con un plan de acción para incursionar en mercados extranjeros?
17. ¿Actualmente, se posee algún tipo de alianza con el mercado europeo, para una colaboración conjunta más estrecha?
18. ¿Ha gozado de los beneficios, derivados del TLCUEM (desgravación arancelaria, simplificación aduanera) al momento de exportar las artesanías al mercado europeo?
19. ¿A qué barreras arancelarias (pago de impuestos) se ha enfrentado?
20. ¿A qué barreras no arancelarias (restricciones por especificaciones técnicas, certificaciones o regulaciones) se ha enfrentado?
21. ¿Cómo se han comportado las exportaciones de artesanías hacia la Unión Europea en los últimos 5 años (del 2012 a la fecha)?

*****GRACIAS*****

Anexo2. Certificado de circulación de mercancías EUR.1. TLUCEM

1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país)	EUR. 1 No A 000.000	
	Véanse las notas del reverso antes de llenar el impreso	
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país) (mención facultativa)	2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre y (Indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)	
	4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos	5. País, grupo de países o territorio de destino
6. Información relativa al transporte (mención facultativa)	7. Observaciones	
8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos (1); Designación de las mercancías (2)	9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m ³ , etc.)	10. Facturas (mención facultativa)
11. VISADO DE LA ADUANA O DE LA AUTORIDAD GUBERNAMENTAL COMPETENTE Declaración certificada conforme Documento de exportación (3): Sello Modelo No..... Aduana o Autoridad gubernamental competente:.... País o territorio de expedición:..... En....., a..... (Firma)	12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado. En....., a..... (Firma)	

(1) En caso de que las mercancías no estén embaladas, indíquese el número de artículos o escríbase "a granel", según sea el caso.

(2) Incluye la clasificación arancelaria de la mercancía al nivel de partida (4 dígitos).

(3) Rellénese únicamente si la normativa del país o territorio de exportación lo exige.

<p>13. SOLICITUD DE CONTROL, con destino a:</p>	<p>14. RESULTADO DEL CONTROL</p>
<p>Se solicita la verificación de la autenticidad y de la regularidad del presente certificado.</p> <p>En, a</p> <p style="text-align: center;">Sello</p> <p>.....</p> <p style="text-align: center;">(Firma)</p>	<p>El control efectuado ha demostrado que este certificado(*)</p> <p>Ha sido efectivamente expedido por la aduana o la autoridad gubernamental competente indicada y que la información que contiene es exacta.</p> <p>No cumple las condiciones de autenticidad y exactitud requeridas (véanse notas adjuntas).</p> <p>En....., a.....</p> <p style="text-align: center;">Sello</p> <p>.....</p> <p style="text-align: center;">(Firma)</p> <p>.....</p> <p>(*) Márquese con una X el cuadro que corresponda.</p>

Anexo 3. Forma A del Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias (SGP).

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country)			Reference N° 237439 GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A Issued in (country) See Notes Overleaf		
2. Goods consigned from (consignee's name, address, country)					
3. Means of transport and route (as far as Known)			4. For official use		
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct _____ Place and date, signature and stamp of certifying authority			12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in _____ (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to _____ (importing country) _____ Place and date, signature of authorised signatory		

Glosario

TLCUEM.- Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México.

SIEM.-Sistema de información empresarial mexicano.

FONART.-Fondo Nacional para el Fomento de las artesanías.

Certificado de origen.- Indica el grado de integración regional de las mercancías. Es el documento que avala que el producto es originario de México, indica el grado de integración regional de las mercancías

Sombrero.-En Guerrero y Michoacán es el término con el que refieren al fabricante de sombreros, de la zona. Quien es la persona que compra las trenzas que tejen las artesanas de palma, para posteriormente armar el sombrero.

Arancel. Impuesto sobre los bienes importados, relacionado con la lista de gravámenes.

Colorantes azoicos: Colorantes que forman parte de una familia de sustancias orgánicas caracterizadas por la presencia de un grupo peculiar que contiene nitrógeno unido a anillos aromáticos. Todos se obtienen por síntesis química, no existiendo ninguno de ellos en la naturaleza.

DDT.- Dicloro difenil tricloroetano- pesticida organoclorado, que comenzó a utilizarse de forma extensa durante la II guerra mundial para controlar enfermedades. Durante décadas, el DDT tuvo un uso agrícola y forestal, pero debido a su impacto medioambiental se prohibió casi universalmente.

Diazinón.-Insecticida organofosforado sustancia química artificial para controlar insectos en suelo, plantas y cosechas.

Pentaclorofenol.-Sustancia química manufacturada usada como pesticida de uso restringido.

PVC.-Policloruro de vinilo, combinación química cuyos componentes provienen del petróleo bruto y de la sal.

CE-Conformité Européenne.- marca que indica que el producto satisface los requisitos de seguridad, salud, ambiente y protección del consumidor. Un producto que lleva la señal CE puede entrar a cualquier país miembro de la UE y es aplicable para ciertos productos.

Alfarería.-Arte u oficio de hacer vasijas u otros objetos de barro cocido.

Cerería.-Arte de realizar figuras, como escenas cotidianas con cera.

Metalistería.-Arte de trabajar en Metales.

Orfebrería.-Trabajo sobre metales preciosos y semipreciosos.

Talabartería.-Arte de trabajar objetos de uso cotidiano de cuero.

Peletería.-Arte de trabajar la piel para el vestuario.

Maque y Laca.-Barniz de oro o plata.

Lapidaría.-Es el arte de labrar piedras preciosas y semipreciosas.

Cantería.-Es el labrado de piedras duras con las que se hacen fuentes, columnas y toda clase de adornos para fachadas.

Plumaria.-Apropiación de las plumas de las aves endémicas y la labor artística de transformarlas en obras ornamentales, rituales y de uso cotidiano.