



UNIVERSIDAD AMERICANA DE ACAPULCO
EXCELENCIA PARA EL DESARROLLO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO CON
CLAVE DE INCORPORACIÓN 8852-82

“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA
EXPORTACIÓN DE JOYERÍA ARTESANAL DE PLATA A
CANADÁ”

**DISEÑO DE UN SISTEMA Ó PROYECTO
PARA UNA ORGANIZACIÓN**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

P R E S E N T A
ABIGAÍL GARZA PATRÓN

ASESOR: M. A. HÉCTOR HORTON MUÑOZ



Acapulco, Guerrero 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Índice

Capítulo I

Introducción.....	1
--------------------------	----------

Capítulo II

Antecedentes.....	2
--------------------------	----------

Capítulo III

Marco Teórico.....	3
---------------------------	----------

3.1 Proceso Administrativo.....	3
---------------------------------	---

3.2 Plan de Negocios.....	4
---------------------------	---

3.3 Plan de Negocios de Exportación.....	4
--	---

3.3.1 Contenido de un Plan de Negocios de Exportación.....	5
--	---

3.4 Exportación.....	6
----------------------	---

3.4.1 Formas de Exportación.....	6
----------------------------------	---

3.5 Acuerdos Comerciales suscritos por México.....	7
--	---

3.5.1 Tratados de Libre Comercio de México.....	8
---	---

3.6 Importación.....	9
----------------------	---

3.7 Aranceles.....	9
--------------------	---

3.7.1 Tipos de Aranceles.....	9
-------------------------------	---

3.8 Términos Internacionales de Comercio.....	10
---	----

3.8.1 INCOTERMS.....	10
----------------------	----

3.9 Documentos Básicos para exportar.....	13
---	----

Capítulo IV

Marco Referencial

4.1 Ubicación de Vancouver.....	14
4.2 Taxco de Alarcón.....	15
4.2.1 Historia.....	16
4.2.2 Fiestas y Tradiciones.....	17

Capítulo V

Análisis de la Situación Actual

5.1 Orígenes de la Alianza México-Canadá.....	20
5.2 Preferencias arancelarias.....	20
5.3 Barreras no arancelarias.....	21
5.4 TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte).....	21
5.5 México Exportador de Plata.....	24

Capítulo VI

Situación Propuesta

6.1 Resumen Ejecutivo.....	25
6.2 Descripción del Negocio.....	26
6.2.1 Misión de la Empresa.....	26
6.2.2 Visión de la Empresa.....	26
6.2.3 Constitución Legal.....	26
6.2.4 Antecedentes de la empresa.....	26

6.2.5 Políticas Administrativas.....	27
6.2.6 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)	27
6.2.7 Atractivo del mercado extranjero para la empresa.....	28
6.2.8 Determinantes para considerar la actuación de la empresa en el mercado internacional.....	28
6.2.9 Características del Producto.....	29
6.2.9.1 Nombre.....	29
6.2.9.2 Sector.....	29
6.2.9.3 Fracción arancelaria.....	29
6.2.9.4 Uso	29
6.2.10 Régimen arancelario.....	29
6.2.11 Descripción arancelaria de acuerdo al Sistema Armonizado.....	30
6.2.11.1 Preferencias arancelarias.....	30
6.2.12 Productos ofrecidos por la empresa.....	30
6.2.13 Trámites fiscales a realizar.....	30
6.2.14 Estructura administrativa.....	31
6.3 Análisis del Mercado.....	32
6.3.1 Descripción del país.....	32
6.3.2 Geografía y Clima.....	32
6.3.3 Demografía.....	32
6.3.4 Consideraciones políticas y legales.....	33
6.3.5 México-Canadá.....	33
6.3.6 Características del mercado.....	34
6.3.6.1 Producción nacional.....	34

6.3.6.2 Comercio Exterior.....	35
6.3.7 Comercialización.....	36
6.3.7.1 Canales de comercialización.....	36
6.4 Análisis del producto.....	38
6.4.1 Descripción del producto.....	38
6.4.2 Proceso de Producción.....	38
6.4.3 Normas de Calidad.....	40
6.4.4 Bienes sustitutos o complementarios.....	41
6.4.5 Proveedores.....	41
6.4.6 Empaque.....	41
6.4.7. Transportación.....	42
6.4.7.1 Formatos necesarios para la exportación.....	42
6.4.7.2 DHL Trade Automation Services: Eliminación de la confusión sobre los envíos internacionales.....	42
6.4.7.3 Intermediación aduanera.....	43
6.4.7.4 Negocios entre Fronteras – Comprendiendo el Comercio Internacional...	43
6.4.8 Riesgos Críticos.....	44
6.4.8.1 Riesgos internos del producto.....	44
6.4.8.2 Riesgos internos de la empresa.....	44
6.4.8.3 Riesgo Externo del producto.....	44
6.4.8.4 Riesgo externo de la empresa.....	44
6.4.8.5 Plan de contingencia.....	45
6.5 Proyecciones Financieras.....	46
6.5.1 Información Histórica.....	46

Capítulo VII	
Conclusiones.....	49
Capítulo VIII	
Recomendaciones.....	50
Bibliografía Consultada.....	51
Anexos.....	53
Anexo I	
Selección del Mercado Meta.....	54
Anexo II	
Carta Factura para Envió.....	57
Anexo III	
Empaque.....	58
Anexo IV	
Catálogo de la colección de joyería.....	59
Glosario de Términos.....	65

Capítulo I

Introducción

El mundo se encuentra en constante cambio, en especial la parte de la economía mundial, la cual es influida por diversos aspectos como son factores demográficos, sociales, culturales, políticos lo que hace que exista una competencia intensa para el crecimiento en la economía de los países. Es importante el intercambio de productos entre países sea cada vez más intensa, así como efectiva, México como país exportador, busca encontrar nuevos productos para realizar esta transacción. La selección de este producto se debe a que México es un país con un amplio espectro cultural y este se ve reflejado en un enorme abanico de expresiones artísticas, el cual es reconocido a nivel mundial.

La artesanía en todas sus ramas es una actividad viva y creadora, por medio de la cual las manos de hombres y de las mujeres de todas las edades, muestran la más pura esencia de su ideología, su forma de vida e historia.

Un plan de exportación es un instrumento que ayuda a definir la estrategia de entrada a los mercados extranjeros y la planeación de la forma de operación más recomendable dependiendo de las características del producto a exportar y mercado meta.

En el presente trabajo se desarrolla la metodología (plan de exportación) para la exportación de joyería de plata con la finalidad de encontrar un mercado prominente para la realización de la exportación de este producto, realizando la evaluación del país de Canadá como posible mercado.

La elaboración de este plan pretende identificar las posibilidades de éxito en la comercialización de los productos a través de la realización de la evaluación de los posibles mercado objetivo, minimizando riesgos y gastos innecesarios durante el proceso de exportación, maximizando la rentabilidad de las operaciones, para esto se debe tomar en cuenta un análisis.

Capítulo II

Antecedentes

La idea de este proyecto surge a partir de la materia Plan para Negocios Internacionales ya que se llevó a cabo un ejercicio donde se hacía un plan de negocios para la exportación de cualquier producto, con el fin de crear planes de negocios para pequeñas y medianas empresas para apoyarlas en su actividad exportadora.

Por otro lado, desde un punto de vista más amplio, podemos observar que en la actualidad vivimos en un mundo cuyos países y bloques son cada vez más interdependientes, creando una economía global. Esto provoca y obliga a los países a relacionarse unos con otros, abriendo fronteras y realizando tratados comerciales, lo cual genera mejores oportunidades y nuevos retos para las empresas en el mundo.

Nuestro país cuenta con una gran riqueza cultural reflejada en los productos étnicos tradicionales y la artesanía de manos mexicanas. Podemos ver que algunos de estos productos son creados con minerales y metales abundantes y representativos de México; como lo es la plata, dando como resultado joyería artesanal que puede posicionarse con un gran valor en mercados extranjeros. La exportación de estos productos es una gran oportunidad para dar a conocer parte de nuestra cultura, así como para explotar este mercado en el mundo, sin embargo, se requiere de compromiso y preparación, ya que la joyería con diseños de artesanos mexicanos representará a nuestro país en el extranjero.

Capítulo III

Marco Teórico

3.1 Proceso Administrativo

Planeación: Determina los objetivos que se desean alcanzar en el futuro y las acciones que se deben emprender para el logro de los mismos.

Organización: Es la estructura de la organización donde intervienen elementos fundamentales para la asignación de funciones y delimitación de responsabilidades mediante los cargos, con el fin de logro de objetivos.

Dirección: Consiste en ejecutar la planeado a través del recurso humano; es el que debe ser liderado, a través de una eficiente administración que conduzca al logro de lo propuesto.

Control: Permite comparar los resultados durante y después de los procesos, los cuales sirven para tomar decisiones y aplicar los correctivos necesarios.

(Chiavenato Fundamentos de Administración)

Autores como Urwick define el proceso administrativo como las funciones del administrador, con siete (7) elementos que se detallan a continuación:

1. Investigación
2. Planificación
3. Coordinación
4. Control
5. Previsión
6. Organización
7. Comando

Koontz y O'Donnell define el Proceso Administrativo con cinco (5) elementos:

1. Planificación
2. Designación de Personal
3. Control
4. Organización
5. Dirección

Miner define el Proceso Administrativo con cinco (5) elementos:

1. Planificación
2. Organización
3. Dirección
4. Coordinación
5. Control

3.2 Plan de Negocios

Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias para implementarlas.

3.3 Plan de Negocios de Exportación

El plan de negocios de exportación es una herramienta administrativa que tiene por objetivo ayudar a estructurar las ideas y actividades involucradas en la gestación de una empresa o proyecto.

Desarrollar un plan de negocios ayuda a describir el servicio ofrecido, estrategias del negocio y consideraciones financieras. Este documento se puede aplicar a diferentes empresas de diferentes tamaños y actividades, en diferentes situaciones, por lo que cada caso en particular debe estudiarse por separado y adecuarse a la misma, esta herramienta beneficia principalmente a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Muchos empresarios consideran el Plan de Negocios como “la herramienta más poderosa” que pueda utilizarse para operar en la economía cambiante del mercado. Por lo tanto este instrumento en las manos de una micro, pequeña o mediana empresaria podría ser una llave abierta a un sin número de oportunidades de negocios.

De tal forma que el plan de Negocios es el instrumento estratégico que prepara al empresario y a la empresa sea esta micro pequeña, mediana o grande a los mercados internacionales.

BENEFICIOS

Carta de presentación

Minimiza la incertidumbre

Mide la factibilidad del proyecto

Ayuda a visualizar oportunidades y barreras

PROPOSITOS

Definir fortalezas y debilidades

Evaluar oportunidades e identificar riesgos

Atraer inversionistas, socios y colaboradores

Tener acceso a financiamiento

3.3.1 Contenido de un Plan de Negocios de Exportación

1. Resumen Ejecutivo.

2. Descripción del Negocio.

3. Análisis y selección del mercado meta.

4. Análisis del producto

5. Proyecciones Financieras.

Apéndices y Anexos / Documentos de soporte.

Conclusiones y recomendaciones

Bibliografía, Fuentes de información.

3.4 Exportación

Salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva.

La exportación es el envío de mercaderías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el exterior.

3.4.1 Formas de Exportación

- Exportación Directa

Este tipo de exportación radica en que la gestión de promoción y comercialización de los productos es realizada por la propia empresa, ya sea a través de su propio departamento de comercio exterior o mediante la creación conjunta de una entidad especializada en el tema (Consortios de Exportación). Esta alternativa permite a las unidades económicas un mayor conocimiento y control sobre sus operaciones internacionales.

Implica: conocimiento del mercado destino, experiencia, recursos, personal especializado, oficina, teléfono, fax, recursos para realizar viajes, personal que hable inglés, etc.

- Exportación Indirecta

Es el modo de entrada que menor riesgo y esfuerzo comporta, ya que permite evitar muchos de los costes fijos de hacer negocios internacionales, además de favorecer la obtención de economías de escala, localización y otras derivadas del efecto experiencia.

3.5 Acuerdos Comerciales suscritos por México

El gobierno mexicano le da gran importancia a promover la suscripción de acuerdos comerciales con otros países, perteneciendo hasta el presente año a 12 tratados. La mayoría de las exportaciones e importaciones del país se deben en gran parte a los tratados comerciales que México ha favorecido. Los acuerdos y tratados firmados por México, tienen como objetivo incrementar las relaciones con otros países, así como complementar actividades económicas, aumentar el crecimiento y diversificación del comercio; en especial en las áreas productivas de bienes y servicios, propiciando también las inversiones, facilitando la creación y funcionamiento de empresas bilaterales y acrecentando la integración entre países.

Nuestro país está tratando de incrementar sus mercados comerciales internacionales, un claro ejemplo de esto es la diversidad de Tratados y Acuerdos que hasta la fecha ha suscrito. Algunos de éstos son: Estados Unidos, Canadá, Chile, Costa Rica, Bolivia, Colombia, Venezuela, Nicaragua, Uruguay, la Unión Europea y Japón. La siguiente tabla enumera los tratados suscritos por México en los últimos 12 años, así como su fecha de entrada en vigor.

3.5.1 Tratados de Libre Comercio de México

TRATADO	PAÍSES	PUBLICACIÓN D.O.F	ENTRADA EN VIGOR
TLCAN	Estados Unidos y Canadá	20 de diciembre de 1993	1 de enero de 1994
TLC-G3	Colombia y Venezuela	9 de enero de 1995	1 de enero de 1995, desde el 19 de noviembre de 2006 ya no participa Venezuela
TLC México - Costa Rica	Costa Rica	10 de enero de 1995	1 de enero de 1995
TLC México - Bolivia	Bolivia	11 de enero de 1995	1 de enero de 1995
TLC México - Nicaragua	Nicaragua	1 de julio de 1998	1 de julio de 1998
TLC México - Chile	Chile	28 de julio de 1999	1 de agosto de 1999
TLCUEM	Unión Europea	26 de junio de 2000	1 de julio de 2000
TLC México - Israel	Israel	28 de junio de 2000	1 de julio de 2000
TLC México - TN	El Salvador, Guatemala y Honduras	14 de marzo de 2001	15 de marzo de 2001 con El Salvador y Guatemala y 1 de junio de 2001 con Honduras.
TLC México - AELC	Islandia, Noruega, Liechtenstein y Suiza	29 de junio de 2001	1 de julio de 2001
TLC México - Uruguay	Uruguay	14 de julio de 2004	15 de julio de 2004
AAE México - Japón	Japón	31 de marzo de 2005	1 de abril de 2005

3.6 Importación

Operación por la que se adquiere una mercancía o servicio de origen y procedencia extranjera para consumirlo en el interior de un territorio aduanero distinto al de origen

3.7 Aranceles

Un arancel es un impuesto" que el gobierno exige a los productos extranjeros con el objeto de elevar su precio de venta en el mercado interno, y así proteger los productos nacionales para que no sufran la competencia de bienes más baratos.

Un arancel tiende a elevar el precio, a reducir las cantidades consumidas e importadas y a incrementar la producción nacional.

Los ingresos arancelarios suponen una transferencia al Estado por parte de los consumidores, ya que éstos no reciben nada a cambio de aquél, pero no representan un costo para la sociedad, ya que el Estado los utiliza en su presupuesto de gastos.

3.7.1 Tipos de Aranceles

- Ad Valorem

Se emplea en la mayoría de las tarifas de importación y se expresa en términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía, este impuesto de importación se calcula con base en el valor de la factura, el cual debe determinarse conforme a las normas internacionales previstas en el Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC), este acuerdo define que el valor de Aduana es el valor de un bien objeto de transacción comercial, por lo que la base gravable para el cobro del impuesto de importación es el precio pagado o por pagar que se consigna en la factura, siempre y cuando se cumpla con lo establecido en el propio artículo.

- Arancel Específico

Este se expresa en términos monetarios por unidad de medida. En este caso, el valor real, calculado o ficticio de la mercancía no tiene ninguna trascendencia fiscal, en el arancel específico no se considera si el precio del producto es muy elevado o bajo.

- Arancel Compuesto.

Es una combinación de un arancel advalorem y un arancel específico.

3.8 Términos Internacionales de Comercio

3.8.1 INCOTERMS

Las siglas son la abreviación de International Commerce Terms de la Cámara de Comercio Internacional (CCI).

Los INCOTERMS son normalizaciones internacionales que explican al importador y al exportador lo que se incluye en el precio de venta por concepto de costos de: transporte, transferencia de riesgos, despacho en aduanas y seguros

Conjunto de términos y sus reglas, aprobadas por la Cámara de Comercio Internacional de París, que establece las condiciones de compraventa internacional.

Los INCOTERMS son utilizados en las negociaciones contractuales, ya que en caso de dudas o aclaraciones, con dichos términos el exportador o importador podrá aclarar su posición jurídica.

Su objetivo principal es establecer un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo, que permitan acordar los derechos y las obligaciones tanto del vendedor como del comprador en las transacciones comerciales internacionales

Los once INCOTERMS utilizados actualmente son:

- Término por “E”

EXW- Ex Works: el exportador pone la mercancía a disposición en sus locales.

- Términos por “F”

FCA- Free Carrier: el exportador entrega los bienes, despachados por aduanas, bajo vigilancia del primer transportador (denominado importador) en el lugar mencionado. Este término se utiliza para todos los modos de transporte, inclusive transporte aéreo, ferroviario, carretero y por contenedor/multimodal-modal.

FOB- Free On Board: el exportador carga la mercancía a bordo del barco mencionado por el comprador.

Los riesgos a bordo son del comprador. El importador despacha la mercancía exportada. Sólo para transporte marítimo.

- Términos por “C”

CFR- Costo y flete: el exportador paga los costos de flete hasta el puerto de destino. No obstante, el riesgo se transfiere al importador una vez que la mercancía se ha cargado al buque. Transporte marítimo.

CIF- Costo, seguro y flete: equivalente al CFR, salvo que además el exportador procura y sufraga el seguro a favor del importador. Transporte marítimo.

CPT- Transporte pagado hasta: equivalente CFR para transporte general, en contenedor o multimodal. El exportador paga el transporte hasta el punto de destino, pero el riesgo se transfiere con la mercancía entregada al primer transportador.

CIP- Transporte y seguro pagado: equivalente al CIF para transporte general, en contenedor o multimodal.

El exportador paga por el transporte hasta el punto de destino estipulado, pero el riesgo se transfiere con los bienes al primer transportador.

- Términos por “D”

DDP- Entrega con derechos pagados: máxima obligación para el exportador, pues él corre con los costos, tarifas y trámites oficiales hasta el punto de destino.

DAT-Entrega en terminal: El vendedor asume todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (no obligatorio), hasta que la mercancía se coloca en la Terminal definida, asumiendo los riesgos hasta ese momento.

DAP-Entrega en lugar: El vendedor asume todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (no obligatorio), hasta que la mercancía se despacha en la Terminal definida. Asumiendo los riesgos hasta el momento.

Términos por E	
EXW- Ex Works (En Fabrica)	El exportador pone la mercancía a disposición en sus locales.
Términos por F	
FCA- Free Carrier (Libre Transportista)	El exportador entrega los bienes, despachados por aduanas, bajo vigilancia del primer transportador (denominado importador) en el lugar mencionado. Este término se utiliza para todos los modos de transporte, inclusive transporte aéreo, ferroviario, carretero y por contenedor/multimodal-modal.
FOB- Free On Board (puerto de carga convenido)	El exportador carga la mercancía a bordo del barco mencionado por el comprador.
Términos por C	
CFR- Cost and Freight (Costo y flete)	El exportador paga los costos de flete hasta el puerto de destino. No obstante, el riesgo se transfiere al importador una vez que la mercancía se ha cargado al buque. Transporte marítimo.
CIF- Cost, Insurance and Freight (Costo, seguro y flete)	Equivalente al CFR, salvo que además el exportador procura y sufraga el seguro a favor del importador. Transporte marítimo.
CPT- Carrier Paid To (Transporte pagado hasta)	Equivalente CFR para transporte general, en contenedor o multimodal. El exportador paga el transporte hasta el punto de destino, pero el riesgo se transfiere con la mercancía entregada al primer transportador.
CIP- Carriage and Insurance Paid To (Transporte y seguro pagado)	Equivalente al CIF para transporte general, en contenedor o multimodal.
Términos por D	
DDP- Delivered Duty Paid (Entrega con derechos pagados)	Máxima obligación para el exportador, pues él corre con los costos, tarifas y trámites oficiales hasta el punto de destino.
DAT-Delivered at Terminal (Entrega en terminal)	El vendedor asume todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (no obligatorio), hasta que la mercancía se coloca en la Terminal definida, asumiendo los riesgos hasta ese momento.
DAP-Delivered at Place (Entrega en lugar)	El vendedor asume todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (no obligatorio), hasta que la mercancía se despacha en la Terminal definida. Asumiendo los riesgos hasta el momento.

3.9 Documentos Básicos para exportar

En forma enunciativa y no limitativa, los requisitos y/o documentos más importantes en México son los siguientes:

- Registro Federal de Contribuyentes (RFC), con homoclave y domicilio fiscal.
- Factura o documento que exprese el valor comercial de las mercancías; IVA tasa cero.
- Documentos comprobatorios de regulaciones y restricciones no arancelarias a la exportación.
- Lista de empaque (Packing List).
- Carta de instrucciones o encomienda al agente aduanal.
- Pedimento.
- Fracción arancelaria: tratamiento legal y arancelario en México.
- Certificados de Origen para la obtención de aranceles preferenciales en el país de destino. Algunos deberán ser tramitados en la Secretaría de Economía.
- Permiso de Exportación (si procede).
- Documentos de transporte:
 - Carretero: Carta de Porte-Talón-Guía (Inland/Ground Bill of Lading-B/L).
 - Ferroviario: Carta de Porte-Talón-Guía (R.R. Bill of Lading-B/L).
 - Marítimo: Conocimiento de Embarque (Ocean Bill of Lading-B/L).
 - Aéreo: Guía Aérea (Airway Bill).
- Seguro (si procede).
- Inspección (si procede).
- Condiciones por forma de pago: Carta de Crédito u otras.

Algunos de los requisitos del país de destino son:

- Fracción arancelaria (tratamiento preferencial).
- Permiso de Importación.
- Autorización de la Carta de Crédito.
- Factura comercial: visada/notariada.
- Lista de empaque (si es necesaria).
- Documentos de transporte.
- Regulaciones o restricciones no arancelarias (cuantitativas y cualitativas).

Capítulo IV

Marco Referencial

4.1 Ubicación de Vancouver



Vancouver se encuentra junto al estrecho de Georgia, que lo separa de la isla de Vancouver. Se encuentra en la zona horaria del Pacífico (UTC-8) y en la Ecozona Marítima del Pacífico. La ciudad forma parte de la península de Burrard y se encuentra entre el entrante de Burrard (al norte) y el río Fraser River (al sur). Para aquellos que no conozcan la zona, puede resultar sorprendente que Vancouver no se encuentre en la isla de Vancouver. Tanto la isla como la ciudad (y la que tiene el mismo nombre en los

Estados Unidos) llevan el nombre del capitán de la Marina Real británica, George Vancouver, que exploró la región en 1792.

Vancouver tiene un área de 114,67 km², que incluyen terreno llano y colinas.

Vancouver se encuentra rodeada de agua en una zona de clima húmedo, el más templado del país. Aunque en registros históricos consta que había unos cincuenta arroyos y riachuelos en el área, actualmente sólo quedan cuatro.

Vancouver es considerada como una de las tres ciudades con mejor calidad de vida en el mundo. En 2006, obtuvo el puesto 56^o entre las ciudades en las que vivir es más caro, siendo superada en Canadá solamente por Toronto; esta lista incluía 144 grandes ciudades del mundo.

4.2 Taxco de Alarcón



Taxco es el centro minero más antiguo del continente, motivo por el cual es conocido por sus minas de plata, las cuales existen desde la época de la Colonia. En septiembre de 2007, Minera México, subsidiaria de Grupo México, informó a través de un comunicado el cierre definitivo de la unidad minera de Taxco, argumentando el agotamiento de las reservas disponibles.⁴ Desde 1800, la población de Taxco empezó a extraer plata, la cual no queda mucha por el derretimiento de la mina por petróleo suelto y mucha extracción de plata.

4.2.1 Historia

- Época prehispánica

El Templo de Santa Prisca, principal representación del barroco novohispano en Taxco.

Durante la época prehispánica, la población original del actual Taxco se concentraba en la localidad de Taxco el viejo, ubicada a doce kilómetros de la primera y era conformada por nahuas procedentes del Estado de México conocidos como Matlazincas, Chontales y Tlahuicas traídos de Cuahnahuac (Cuernavaca) por el rey tlatoani Ahuízotl.⁶ La ciudad de Taxco se asienta en un sitio que era conocido antiguamente como Tetelcingo. Aquella población que dio origen a la actual conformaba una de las cabeceras de la siete provincias tributarias designadas por el Imperio mexica en lo que es el actual territorio del estado de Guerrero. Allí residía un gobernador que, según el Códice Mendocino, pagaba tributos a dicho imperio con miel de abeja, jícaras, incienso, vestigios militares y tilmas labradas.

- Época virreinal

Ya consumada la conquista española, en el año 1528 se estableció un campo minero en la población de Tetelcingo que siglos después se constituyó como la población actual de Taxco.⁷ Para 1570, esta población junto con Cantarranas y Tenango formó el Real de Minas de Taxco.⁷ La explotación de minas en esta zona se convirtió en una de las más importantes de la Nueva España.⁷ Posteriormente, al constituirse los partidos como dependencias del sistema administrativo de Intendencias en el territorio, el partido de Taxco paso a depender directamente de la intendencia de México. Para mediados del siglo XVIII, el empresario e inversionista minero catalán José de la Borda llegó a la región atraído por su riqueza minera y explotó las minas de Pedregal, el Coyote, San Ignacio y Cerro Perdido. Para 1751, ordenó la construcción del templo de Santa Prisca, la cual se finalizó hasta 1758. Su diseño tomó como estilo el churrigueresco al ver finalizada su magna obra el catalán pronunció las palabras "si Dios da a Borda; Borda da a Dios" representada en una obra pictórica en un hotel que lleva su apellido.

-
- México Independiente

Ya entrada la Guerra de Independencia de México en su etapa de organización, el 28 de noviembre de 1815, el insurgente José María Morelos dio órdenes a Hermenegildo Galeana para que tomase la plaza de Taxco. En 1821, en el convento de San Bernardino de Siena de Taxco, se redactó el Plan de Iguala o de las tres garantías por Agustín de Iturbide que posteriormente, el 24 de febrero de ese año, habría de firmar con Vicente Guerrero en la ciudad de Iguala estableciendo la independencia de México de España y unificando a los ejércitos insurgente y realista.

El 6 de agosto de 1824, Taxco pasó a ser distrito en el Estado de México y dos años después, prefectura de dicha entidad. Para 1858, en medio del conflicto de la Guerra de Reforma, el General Miguel Miramón designó Coronel a Juan Vicario y lo comisionó para encabezar una brigada que debería cubrir el sur del país. Vicario se internó en tierras sureñas y tomó la ciudad de Taxco el 18 de febrero.

El 24 de abril de 1911, ya proclamada la Revolución mexicana y cerca de un mes antes de que culminase el Porfiriato, la plaza de Taxco fue tomada por los revolucionarios Jesús Morán y Margarito Giles.

4.2.2 Fiestas y Tradiciones

17 de Enero: Bendición de animales. Celebración que se hace en la iglesia de Santa Prisca. Se organizan también concursos del animal mejor vestido o disfrazado, a cargo del centro de la cultura de Taxco, y el Instituto Guerrerense de la Cultura, que se lleva a cabo en el jardín Borda después de la bendición eclesiástica.

18 de Enero: Festival de Santa Prisca

Semana Santa; domingo de Ramos: la Semana Santa en Taxco es una festividad de devoción que durante muchos siglos se ha transmitido de una generación a otra, siendo uno de los principales pilares de sus tradiciones populares y religiosas.

Durante estas celebraciones se realizan procesiones, que inician en la tarde y se prolongan hasta el anochecer, y en donde participan diferentes cofradías o hermandades, que agrupan a penitentes y devotos de las imágenes y a las que concurre el pueblo en general para alumbrar con sus velas.

Todo mayo: Jornadas alarconianas.

Octubre: Feria del Jumil, donde se exponen gran cantidad de platillos elaborados con este singular ingrediente.

Del 27 de noviembre al 5 de diciembre: Feria Internacional de la Plata. La Feria Nacional de la Plata se ha convertido en una tradición, y en sus programas se han presentado los mejores exponentes del medio artístico nacional y del extranjero con tal éxito, que en 1974 se celebró la "Primer Feria Mundial de la Plata" con la participación de 40 países y artistas de la talla del "Ballet Bolshoi" de la Unión Soviética.

México ha sido tradicionalmente un país minero y hasta el siglo XIX este sector proporcionaba la mitad de los ingresos por exportación. Esa importancia se ha perdido en beneficio del sector petrolífero, pero aun en la actualidad la minería genera una cuarta parte de los ingresos no petrolíferos del País. Después de un prolongado estancamiento de la producción de metales preciosos volvió a reencaminarse a partir de los años setenta a consecuencia de la alza de las cotizaciones internacionales. México es el primer productor mundial de plata, cuyos principales yacimientos se localizan en la sierra Madre Occidental, en la cordillera Neovolcánica y en la serranía de Zacatecas con grandes centros extractivos en Pachuca, Parral y, sobre todo, Real de Ángeles, la mayor mina de plata del mundo.

Desde tiempo de los aztecas la plata ha sido explotada y trabajada en México por manos artesanas y el trabajo siempre ha sido apreciado por grandes coleccionistas.

Los principales centros de platería de México son Guanajuato, San Luis Potosí y Taxco conocida también como el centro mundial de la plata.

En México los estados que tienen más tradición de diseños en plata son Guanajuato, San Luis Potosí y Taxco principalmente.

Sin lugar a dudas la ciudad que más esfuerzos ha realizado por promover mundialmente el diseño de plata en mexicano ha sido Taxco.

No fue sino hasta 1931 cuando la joyería mexicana tuvo trascendencia mundial. Esto fue gracias a la instalación del primer taller de platería, llamado Las Delicias, el 27 de junio del 1931, por parte del norteamericano William Spratling.

A partir de entonces los orfebres taxqueños han incorporado nuevos diseños donde se funden la simbología prehispánica a los estilos contemporáneos. El auge de la platería de Taxco fue sorprendente y en 1932 Spratling efectuó una pequeña celebración para conmemorar la fundación del primer taller de platería, y año con año se realizó esta fiesta conocida como el Día del Platero. Posteriormente tuvo tal aceptación en el gobierno del estado la declaró oficialmente el 27 de junio como Día de la Plata en Taxco.

Año con año Taxco se viste de plata para exponer las creaciones de sus artistas y establecer relaciones comerciales entre los fabricantes y los consumidores directos, además de presentar espectáculos culturales y artísticos para la distracción de sus visitantes.

Gracias a todos estos esfuerzos en esa época la ciudad de Taxco era reconocida como el centro mundial de la plata.

El diseño de plata Mexicana tomo su mayor esplendor en a principios del siglo XX, cuando de mano del diseñador William Spratling, toma una importancia comercial considerable. Haciendo de la ciudad de Taxco el centro de atención de muchos diseñadores joyeros.

El interés mundial por adquirir artesanías mexicanas se debe, en gran medida, al reconocimiento y a la valoración tradicional que se tiene por la plata de nuestro país. Lo anterior, genera un mercado muy atractivo con potencial de crecimiento y prometedor en la demanda de estos productos.

Canadá cuenta con algunas ferias de joyería por ejemplo:

Toronto International Gift Fair

Canadian Jewellery Trade Fair

Western Canadian Jewellery

Cadenas de joyerías en Vancouver:

Birks & Mayors Inc

Changes Clothing & Jewellery Bar

Bird on a Wire Creations

Celtic Creations

Costen Catbalue Goldsmith & Design

Enmark Jewellers

Taraxca Jewellery

Brinkhaus Jewellers

Capítulo V

Análisis de la situación actual

Canadá y México comparten una relación dinámica y próspera: como amigos, como vecinos en América del Norte y como socios estratégicos en el continente americano y en el mundo. En el transcurso de los años, nuestra cooperación se ha ampliado a través de una amplia gama de intereses políticos, comerciales, sociales, ambientales y de seguridad.

5.1 Orígenes de la Alianza México-Canadá

La Alianza México-Canadá (CMP, por sus siglas en inglés) es nuestro mecanismo clave en materia de cooperación bilateral. Sirve como catalizador para la acción coordinada entre nuestros gobiernos, sectores privados y socios no gubernamentales, en la lucha por alcanzar objetivos comunes. Fue lanzada en Ottawa, en octubre de 2004, el año en que se conmemoró el LX Aniversario de las relaciones diplomáticas entre Canadá y México y el X Aniversario del TLCAN.

5.2 Preferencias arancelarias

Según el Sistema Armonizado para la importación de servicios y productos quedan exentos de arancel los productos de joyería de plata originarios de México.

Aranceles

País:	EE.UU	Canadá
Arancel Vigente:	Exento	Exento

5.3 Barreras no arancelarias

Para el caso de la joyería de plata y oro no existen barreras arancelarias. Gran parte de las clasificaciones arancelarias de joyería de plata y oro quedan exentas de impuestos arancelarios en el caso de que cumplan con todas las reglas de origen de acuerdo al TLC.

Es importante subrayar que existe un impuesto que se aplica por la adquisición de artículos de lujo (excise tax) clasificación que incluye la joyería y bisutería importada de Estados Unidos y otros países. Este impuesto es del 10% del valor de cada una de las piezas con excepción de los artículos de carácter religioso, relojes con valor menor de US \$34.00 (CA \$50.00), gemas y bisutería con un valor menor a US \$2.00 (CA \$3.00). Este impuesto debe ser cubierto por el importador al momento de que la mercancía es entregada en la aduana.

En cuanto a las barreras no arancelarias vale la pena comentar que el Departamento de Salud de Canadá instrumentó en el año 2001 una ley contra la inclusión de plomo en los juguetes y artículos utilizados por niños incluyendo en esta categoría la joyería de fantasía.

El pago del impuesto al valor agregado de 7% (Good and Services Tax), mejor conocido como el GST se aplica generalmente para todos los productos, excepto para algunos alimentos básicos, por lo que a la entrada de la mercancía a Canadá, en este caso de la joyería de oro y plata, el importador deberá pagar dicho porcentaje sobre el monto de la factura.

5.4 TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte)

Es un tratado internacional de amplio alcance que establece las reglas para el comercio y la inversión entre Canadá, Estados Unidos y México.

En 1994, entra en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), creando una de las zonas de libre comercio más grandes del mundo y estableciendo la base para un crecimiento económico fuerte y mayor prosperidad para Canadá, Estados Unidos y México. Durante 15 años, el TLCAN ha demostrado cómo el libre comercio contribuye al incremento de la riqueza y la competitividad brindando verdaderos beneficios a las familias, agricultores, trabajadores, fabricantes y consumidores.

El Tratado contiene ocho secciones y 22 capítulos, dentro de los cuales destacan las siguientes disposiciones:

- Acceso a mercado de bienes

Eliminación arancelaria de miles de bienes que cruzan las fronteras en América del Norte.

Reducciones arancelarias escalonadas – ya terminadas – y reglas especiales para productos de los sectores agropecuario, automotriz y bienes textiles y del vestido.

Derechos importantes para los proveedores y usuarios de servicios del TLCAN en un amplio espectro de sectores.

Compromisos especiales relativos a las telecomunicaciones y los servicios financieros.

Procesos formales de solución de controversias que ayudan a resolver las diferencias que surgen entre los países miembros del Tratado sobre la interpretación o aplicación de las reglas del mismo.

- Protección a la inversión extranjera

Compromiso recíproco de tratar a los inversionistas y a sus inversiones en el territorio del país receptor de forma no menos favorable en relación al trato que otorga a sus propios inversionistas.

Compromiso de brindar a los inversionistas del TLCAN el mejor trato proporcionado a los inversionistas de países fuera de la región de América del Norte.

Un mecanismo de solución de controversias transparente y vinculante concebido especialmente para abordar la inversión.

- Protección a la propiedad intelectual

Protección adecuada y efectiva, así como la aplicación rigurosa de una amplia gama de derechos de propiedad intelectual, (incluidos los obtenidos mediante patentes, marcas, derechos de autor y diseños industriales), asegurando que las medidas que garantizan estos derechos no se conviertan en barreras para el comercio legítimo.

- Facilitación de acceso para visitantes de negocios

Facilitación de acceso para personas de negocios en cientos de profesiones para que puedan viajar por toda la región por asuntos de negocios.

-
- Acceso a compras del sector público

Acceso a oportunidades de compras del sector público a nivel federal en Canadá, México y Estados Unidos.

- Reglas de origen

Las reglas de origen se emplean para determinar si un bien cumple los requisitos necesarios para recibir trato preferencial en virtud de las disposiciones del TLCAN.

Desde que el TLCAN entró en vigor, los países miembros han trabajado en la liberalización y/o ampliación de la lista de productos admisibles para recibir trato preferencial. Por ejemplo, desde 2005, los miembros del TLCAN han implementado dos series de cambios para otorgar el trato libre de aranceles a un mayor número de productos de acuerdo a lo previsto por el TLCAN.

- Acuerdos paralelos

Los países miembros del TLCAN negociaron también dos acuerdos paralelos: el Acuerdo de Cooperación Ambiental de América del Norte (ACAAN) y el Acuerdo de Cooperación Laboral de América del Norte (ACLAN).

- Compromiso con el medio ambiente

Los países socios del TLCAN firmaron un acuerdo paralelo para abordar temas ambientales, el Acuerdo de Cooperación Ambiental de América del Norte (ACAAN). A través del ACAAN, Estados Unidos, Canadá y México se comprometieron a adoptar ciertas medidas para la protección del medio ambiente, incluyendo la obligación de cada uno de observar de manera efectiva el cumplimiento de sus leyes ambientales. De no cumplir con su compromiso, el país miembro estará sujeto al mismo tipo de obligaciones incluidas en el TLCAN en materia de solución de disputas comerciales. Adicionalmente, el ACAAN crea un mecanismo por el cual cualquier ciudadano u organización no gubernamental puede presentar una declaración respecto a si una de las partes no está cumpliendo efectivamente la aplicación de sus leyes ambientales. Por otro lado, las obligaciones comerciales no están sujetas a este tipo de revisiones independientes.

En el ACAAN, las partes también acordaron trabajar en un marco de cooperación para atender preocupaciones ambientales en la región, ayudar a prevenir potenciales conflictos comerciales y ambientales, así como para promover la aplicación efectiva de las leyes ambientales, entre otros. A fin de apoyar los esfuerzos de las partes para cumplir estos compromisos, los países socios crearon una institución internacional, la Comisión para la Cooperación Ambiental (CCA).

-
- Compromiso en materia de cooperación laboral

Los países socios firmaron un acuerdo paralelo de cooperación laboral, diseñado para promover el cumplimiento efectivo de las leyes y regulaciones laborales de cada país y facilitar una mayor cooperación entre países socios del TLCAN en la materia.

El Acuerdo de Cooperación Laboral de América del Norte (ACLAN) instaló la Comisión para la Cooperación Laboral, la cual consiste de un Consejo de Ministros y un Secretariado. Las Oficinas Administrativas Nacionales (OAN) asisten a la Comisión Laboral para la implementación del ACLAN, en cada uno de los 3 países.

El programa de trabajo actual para la cooperación en temas laborales se centra en: seguridad y salud en el trabajo, empleo y formación profesional, legislación y derechos laborales, y productividad de los trabajadores.

5.5 México Exportador de Plata

México es el principal productor y exportador de plata a nivel mundial. En 2010, el país obtuvo 152 millones 145,863 dólares por la venta al exterior de joyería de plata.

En julio de 2011, México produjo 344,342 toneladas de plata, 8.9% más que en el mismo mes de 2010. La producción del metal en México se elevó de 2,500 a 4,400 toneladas entre 2003 y 2010.

El consumo de joyería en México suma más de 773 toneladas. De esta cifra, el 90% es de piezas de plata y el 10% de oro. En cuanto a la producción joyera mexicana, el 66% corresponde a plata, el 24% a oro y el 10% a accesorios de fantasía.

De acuerdo con la Cámara Nacional de Platería y Joyería, la industria en México crece sostenidamente, tanto en consumo interno como en exportación.

Los países competidores en el mercado interno son España, Japón, India, China, Italia, y Estados Unidos.

Capítulo VI

Situación Propuesta

6.1 Resumen Ejecutivo.

El interés a nivel mundial por adquirir artesanías mexicanas se debe, en gran medida, al reconocimiento y a la valoración tradicional que se tiene por la plata de nuestro país. Lo anterior, genera un mercado muy atractivo con potencial de crecimiento y prometedor en la demanda de productos elaborados con plata mexicana, por lo que invertir en la producción y elaboración de joyas que contienen este metal, si se cuenta con los debidos estándares de calidad y la organización necesaria para alcanzar un nivel competitivo internacional, esta será una gran oportunidad de incursionar en nuevos mercados para las empresas que se encuentran en este sector.

Es por esta razón que este proyecto se enfoca en la elaboración de un plan de negocios de exportación a Canadá de joyería artesanal de plata.

En este plan de negocios se presentan análisis de la logística, comercialización, y de las necesidades financieras para determinar la rentabilidad, conociendo los riesgos implicados y emprender el negocio con satisfacción.

Se realizó una investigación del proceso de exportación, determinándose los costos unitarios de la colección incluyendo gastos de envío, mensajería, seguros, embalaje, seguros, garantía y control de calidad.

Del mismo modo, se realizó el análisis financiero en donde se especifican los gastos, costos, ingresos y pronósticos de egresos e ingresos para confirmar la rentabilidad del proyecto.

Para llevar a cabo el plan de negocios se iniciara con una aportación de \$15,000 M.N., no se contara con préstamos bancarios u otro tipo de préstamos, la aportación será centrada en la compra del producto en mayoreo con lo cual obtendremos más productos por el mismo costo.

Por último se elaboraron recomendaciones basadas en diversos análisis descritos en este documento, planteadas especialmente para mejorar las probabilidades de éxito del proyecto y cumplir los objetivos esperados por parte del cliente y de la empresa.

6.2 Descripción del Negocio.

Es una empresa mexicana, que estará ubicada en el puerto de Acapulco, teniendo como objeto la venta y exportación de piezas de plata hacia el Extremo Norte de América Canadá, específicamente Vancouver, lugar donde se encuentra el contacto de venta.

6.2.1 Misión de la Empresa

Garza, S. de R.L M.I. tiene como misión comercializar piezas de plata únicas y de alta calidad, las cuales sean consideradas por el mercado extranjero como la mejor opción en compra, tanto por el diseño, calidad y precio; de esta manera se busca poner el nombre de Taxco y en especial de Guerrero en la mente de los consumidores canadienses y así generar fuentes de empleo para los guerrerenses.

6.2.2 Visión de la Empresa

Pretende posicionarse como una empresa de diseños de joyería artesanal de plata con reconocimiento a nivel internacional.

6.2.3 Constitución Legal

La empresa estará registrada como Persona Física ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público desde el año 2013, siendo Abigaíl Garza Patrón la persona dada de alta con la clave del Registro Federal de Causantes (RFC) GAPA810320MGRRTB09.

El domicilio físico de la empresa será Niños Héroe de Veracruz L-2 Col. Costa Azul C.P. 39850 Acapulco, Gro., México.

6.2.4 Antecedentes de la empresa

La idea nació en la elaboración de un proyecto de exportación en la universidad, cuando se empezó a investigar sobre el tema empezó a haber interés por la exportación de plata a Canadá.

Se puede decir que el proyecto de internacionalización comenzó cuando se observó la importancia y reconocimiento de la plata mexicana a nivel internacional, siendo ésta una base motivadora fundamental para la exportación, ya que son elaborados de este elemento y pedrería.

6.2.5 Políticas Administrativas

- La entrega del producto no será realizado, si este aún no ha liberado el pago mediante depósitos bancarios.
- .El pago de los productos será realizado en dos exhibiciones, siempre y cuando la compra sea mayor a 1,000 dólares.
- La recepción de los productos será pactada con los proveedores en tiempo y forma.
- El cliente tendrá una semana a partir del pedido, para realizar el pago del producto solicitado.

6.2.6 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)

Fortalezas de la empresa

- Calidad en mano de obra.
- Precios bajos.
- Producto fácilmente adaptable a las necesidades del mercado canadiense.
- Alta demanda de plata en el mercado Canadiense.
- La joyería de plata mexicana son consideradas de gran valor.

Oportunidades de la empresa

- La demanda de accesorios mexicanos pertenecientes a la industria manufacturera, lo que abre una oportunidad comercial
- El crecimiento del gusto de los mercados extranjero por el gusto hacia productos joyeros de plata mexicanos

Debilidades de la empresa

- Actual producción limitada.
- Falta de posicionamiento dentro del sector en Canadá
- Empresa con poca experiencia en el comercio internacional.

Amenazas de la empresa

- Alta competencia
- Productos similares y por lo tanto precios límites fijados por estos.

6.2.7 Atractivo del mercado extranjero para la empresa

El comprador canadiense se interesa en adquirir productos únicos, hechos a mano, de características propias que se distingan de otras piezas, buscando sencillez y originalidad en los diseños de joyería.

La joyería de plata mexicana tiene aceptación dentro de este país, dada la versatilidad del material y el gran número de diseños y objetos que se pueden crear, se puede observar una demanda creciente en joyería de plata con incrustaciones de flores, piedras preciosas, etc.

La joyería se puede encontrar en todo tipo de establecimientos, desde tiendas departamentales hasta en tiendas exclusivas, en donde se encontrará una amplia gama de artículos desde los más simples hasta los más originales y de elaborados diseños. También la temporada marca el estilo y diseño del producto, junto con la diversidad cultural del país que gusta de todo tipo de objetos que sean diseños auténticos.

Canadá es un sólido importador de joyería con un mercado muy dinámico y un monto de importaciones que indica una demanda de productos diferenciados por precio y diseño.

Por la originalidad y belleza que distinguen a nuestros diseños, la joyería mexicana es muy atractiva para el mercado canadiense.

6.2.8 Determinantes para considerar la actuación de la empresa en el mercado internacional.

- Certeza de contar con productos de calidad que pueden satisfacer no sólo al mercado nacional, sino también al mercado canadiense.
- Amplio interés del mercado canadiense hacia la joyería de plata.
- Demanda en el país meta: Canadá.
- Cartera de inversionistas ampliamente interesados en el proyecto.

6.2.9 Características del Producto

6.2.9.1 Nombre

Joyería de plata

6.2.9.2 Sector

Artesanías

6.2.9.3 Fracción arancelaria

7108.13

7113.11

7113.19

6.2.9.4 Uso

Accesorios de vestir para hombres y mujeres

6.2.10 Régimen arancelario

Según el código “D” del Tratado de Libre Comercio (TLC) indica que el producto se encontraba Libre de arancel cuando se llevó a cabo la negociación, situación que se consolidó para todos los bienes originarios a partir de la entrada en vigor del tratado, (1º de enero 1994) y también en el Canadian Customs Tariff “Harmonized System”.

6.2.11 Descripción arancelaria de acuerdo al Sistema Armonizado

Part.: 71.13 Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué).

Subp. 7113.11.01 -- De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué).

Cap.: 71 Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas y semipreciosas o similares, metales preciosos, chapados de metales preciosos, y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas.

Part.: 71.08 Oro (incluido el oro platinado), en bruto, semilabrado o en polvo.

Fracción 7108.13 – Otras formas de oro semimanufacturado.

Fracción 7113.19 .01 De otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metales preciosos.

6.2.11.1 Preferencias arancelarias

Según el Sistema Armonizado para la importación de servicios y productos quedan exentos de arancel los productos de joyería de plata originarios de México.

6.2.12 Productos ofrecidos por la empresa

- Collares
- Aretes
- Pulseras
- Anillos

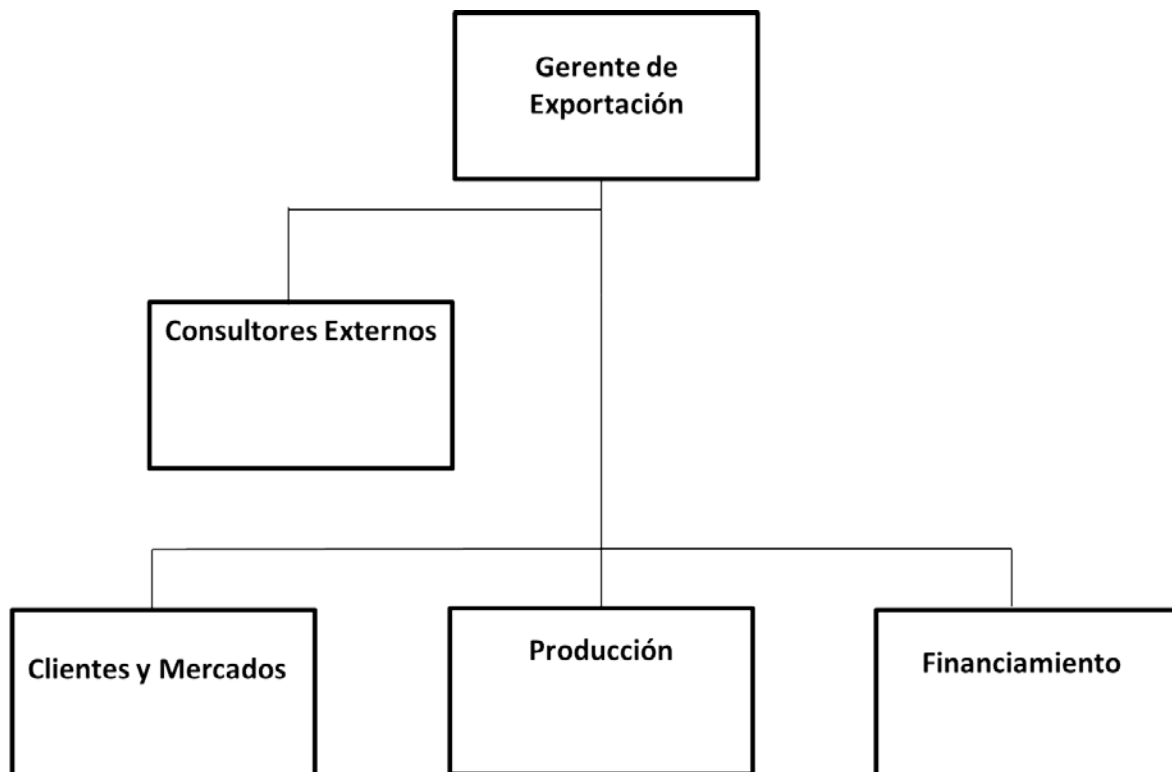
6.2.13 Trámites fiscales a realizar

Debido a que la empresa surgió como una pequeña cooperativa carente de estructura administrativa, existe la necesidad de realizar los trámites fiscales siguientes.

- Estar dada de alta en la SHCP y la SEDECO como una Sociedad de Responsabilidad Limitada Microindustrial, (S. de R.L M.I.).
- Tramitar el registro de marca (se verá también la adquisición del código de barras de los productos).
- Tramitar la adquisición del certificado de origen. Leyenda “Hecho en México”.

6.2.14 Estructura administrativa

A continuación se presenta la estructura organizacional de la empresa y la descripción general de los puestos.



6.3 Análisis del Mercado.

6.3.1 Descripción del país

Canadá es una nación industrial y tecnológicamente pionera y avanzada, ampliamente autosuficiente en energía gracias a sus relativamente extensos depósitos de combustibles fósiles y a la amplia generación de energía nuclear y energía hidroeléctrica. Siendo uno de los países más desarrollados, tiene una economía diversificada, que la hace independiente por sus grandes yacimientos y abundantes recursos naturales así como del comercio, particularmente con los Estados Unidos y México. Actualmente es miembro de la OEA, G-8, el G-20, la OTAN, la OCDE, la OMC, la APEC, la Mancomunidad de Naciones, la Francofonía y de la Organización de las Naciones Unidas. Es considerado uno de los países con mejor calidad de vida.

6.3.2 Geografía y Clima

Canadá ocupa gran parte del norte de Norteamérica, compartiendo sus fronteras terrestres con los Estados Unidos contiguos al sur y con el estado y territorio de Alaska hacia el noroeste, extendiéndose desde el océano Atlántico en el este hasta el océano Pacífico en el oeste; al norte limita con el océano Ártico. Por su área total (incluyendo sus aguas), es el segundo país más grande en el mundo, después de Rusia. Por su área de tierra, ocupa el cuarto lugar (el área de tierra es el área total menos el área de los lagos y ríos).

La costa de Columbia Británica goza de un clima templado, con un invierno más cálido pero lluvioso. En las costas este y oeste, generalmente las temperaturas promedio no pasan de los 20 °C, mientras que entre las costas, la temperatura promedio máxima en verano oscila entre 25 y 30 °C, con ondas de calor ocasionales en el interior que superan los 40 °C.

6.3.3 Demografía

Población de Canadá es de 34.300.083 (2012)

Vancouver es de 2.197.000 (20012)

6.3.4 Consideraciones políticas y legales

Canadá tiene un gobierno parlamentario con fuertes tradiciones democráticas. El parlamento está compuesto por La Corona, una Cámara de los Comunes electa por el pueblo y un Senado designado. Cada miembro del parlamento en la Cámara de los Comunes es elegido por mayoría simple en un distrito electoral o su equivalente. El primer ministro es quien convoca a elecciones generales, las cuales deben de ser máximo cinco años después de la elección anterior, o pueden ser desencadenadas por el gobierno al pedir la moción de censura en el parlamento.

Canadá también es una monarquía constitucional, en la que La Corona desempeña el papel de un poder ejecutivo simbólico o ceremonial. Esta consiste en la reina Isabel II (jefe de estado legal), los virreyes que designa, el gobernador general (que actúa como jefe de estado) y los vicegobernadores, que realizan la mayoría de funciones ceremoniales del monarca. El poder ejecutivo, en materia de política, consiste en el primer ministro (jefe de gobierno) y el gabinete, quienes llevan las decisiones diarias del gobierno. El gabinete está compuesto por ministros que generalmente son seleccionados de la Cámara de los Comunes, encabezados por el primer ministro, que normalmente es el líder del partido que mantiene la mayoría en dicha cámara.

6.3.5 México-Canadá

La relación entre México y Canadá se ha caracterizado por la constancia de los compromisos políticos y el diálogo fluido en el contexto bilateral, norteamericano, hemisférico y multilateral. Nuestro diálogo se lleva a cabo a través de una variedad de medios, los cuales varían de consultas periódicas de alto nivel, las reuniones interparlamentarias y las Cumbres de los Mandatarios de América del Norte, hasta mecanismos más institucionalizados, tales como la innovadora Alianza México Canadá (AMC). La AMC, fundada en 2004, tiene el objetivo de fomentar la colaboración entre

los sectores públicos y privados y funciona por medio de una serie de grupos de trabajo que se enfocan en las áreas de comercio, inversiones e innovación; los agronegocios, vivienda y desarrollo comunitario; el medio ambiente y la silvicultura; el desarrollo del capital humano; la energía; y la movilidad laboral. El diálogo de seguridad desarrollado en vías múltiples (incluyendo las negociaciones anuales sobre seguridad y las pláticas político-militares) se complementa con el aumento de la cooperación en materia de seguridad y justicia a través del Programa para el Desarrollo de Capacidades en Contra del Crimen.

En mayo de 2010, con motivo de la visita del presidente Calderón a Canadá, ambos gobiernos firmaron y actualizaron el Plan de Acción Conjunto México-Canadá 2010-2012, por medio del cual se establecieron cuatro prioridades para la relación bilateral: fomentar economías competitivas y sustentables; proteger a los ciudadanos de ambos países; aumentar el contacto de persona a persona; y proyectar la alianza entre ambos países en la región y el mundo.

Actualmente, México y Canadá se encuentran entre los principales socios comerciales el uno del otro: más de 2,500 empresas canadienses operan en México. Asimismo, México es un mercado prioritario para Export Development Canada (EDC), agencia que ha tenido una presencia permanente desde el año 2000. El panorama demográfico y económico de México apunta a un crecimiento aún mayor de los intercambios comerciales.

6.3.6 Características del mercado

6.3.6.1 Producción nacional

El sector de los artículos de decoración y regalo en Canadá se encuentra en constante crecimiento. La producción canadiense incorpora el trabajo de artistas y artesanos que generalmente trabajan en pequeños estudios o talleres, de grandes manufactureras de regalos y de importadores o distribuidores de joyería de otras partes del mundo. Se estima que este sector tiene ventas por más de \$ 7 mil millones anuales, de los cuales el 60% corresponden a importaciones provenientes de países tales como: Tailandia, Estados Unidos, Italia, India, Sudáfrica, Suiza, Singapur, entre otros.

El comprador canadiense se interesa en adquirir productos únicos, hechos a mano, de características propias que se distingan de otras piezas, buscando sencillez y originalidad en los diseños de joyería.

La joyería de plata mexicana tiene aceptación dentro de este país, dada la versatilidad del material y el gran número de diseños y objetos que se pueden crear, se puede observar una demanda creciente en joyería de plata con incrustaciones de flores, piedras preciosas, etc.

La joyería se puede encontrar en todo tipo de establecimientos, desde tiendas departamentales hasta en tiendas exclusivas, en donde se encontrará una amplia gama de artículos desde los más simples hasta los más originales y de elaborados diseños. También la temporada marca el estilo y diseño del producto, junto con la diversidad cultural del país que gusta de todo tipo de objetos que sean diseños auténticos.

6.3.6.2 Comercio Exterior

Canadá es un país abierto al exterior, la cuota del comercio en el PIB asciende a más del 60%.

Estados Unidos absorbe cerca del 80% de las exportaciones canadienses. Canadá es sin duda el mayor proveedor extranjero de energía de EE.UU., incluyendo petróleo, gas, uranio y energía eléctrica. Otros socios comerciales importantes son la Unión Europea, Japón, China y México.

Bajo el impacto de la recesión mundial, el saldo de la balanza comercial de Canadá pasó a ser negativo, ya que las exportaciones cayeron con más rapidez y se recuperaron a menor velocidad. Tras registrar un superávit en septiembre de 2011, la balanza se deterioró de nuevo a finales de año con el freno de las exportaciones. El déficit comercial seguramente perdurará debido a la dubitativa recuperación americana y las dificultades de la zona euro.

Indicadores de comercio exterior	2007	2008	2009	2010	2011
Importación de bienes (millones de USD)	390.188	419.011	329.905	401.540	462.435
Exportación de bienes (millones de USD)	420.693	456.471	316.724	387.155	452.167
Importación de servicios (millones de USD)	81.723	87.953	77.579	89.963	99.273
Exportación de servicios (millones de USD)	63.785	66.378	57.476	67.432	74.073
Importación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	5,9	1,5	-13,4	13,1	-
Exportación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	1,2	-4,7	-13,8	6,4	-
Importación de bienes y servicios (en % del PIB)	33,0	33,6	30,4	31,3	-
Exportación de bienes y servicios (en % del PIB)	35,0	35,1	28,7	29,4	-
Balanza comercial (millones de USD)	43.770	43.803	-4.394	-8.682	2.166
Balanza comercial (incluyendo servicios) (millones de USD)	26.320	23.371	-23.572	-30.770	-22.868
Comercio exterior (en % del PIB)	68,0	68,7	59,2	60,7	-

Fuente: WTO - World Trade Organization ; World Bank , últimos datos disponibles

Principales países asociados

Clientes principales (% de las exportaciones)	2011	Principales proveedores (% de las importaciones)	2011
Estados Unidos	73,7%	Estados Unidos	49,5%
Reino Unido	4,2%	China	10,8%
China	3,8%	México	5,5%
Japón	2,4%	Japón	2,9%
México	1,2%	Alemania	2,9%
Ver más países	14,7%	Ver más países	28,4%

Fuente: Comtrade, últimos datos disponibles

PRINCIPALES PRODUCTOS INTERCAMBIADOS

450,4 miles de mills. USD Exportaciones principales		450,6 miles de mills. USD Importaciones principales	
Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	15,4%	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	6,4%
Automóviles de turismo y demás vehículos autom...	8,8%	Automóviles de turismo y demás vehículos autom...	5,2%
Aceites de petróleo o de mineral bituminoso (exc....)	3,9%	Partes y accesorios de tractores, vehículos autom...	4,3%
Oro, incl. el oro platinado, en bruto, semilabrado...	3,8%	Aceites de petróleo o de mineral bituminoso (exc....)	3,7%
Gas de petróleo y demás hidrocarburos gaseosos	3,7%	Vehículos automóviles para transporte de mercanc...	2,7%
Ver más productos	64,3%	Ver más productos	77,6%

Fuente: Comtrade, últimos datos disponibles

6.3.7 Comercialización

6.3.7.1 Canales de comercialización

Los principales mercados de Canadá se concentran en las ciudades de Toronto, Montreal y Vancouver. Se recomienda la consolidación de embarques o envíos a estas tres principales ciudades para enviar los productos a lo largo de todo el país.

La forma tradicional para iniciar las actividades de exportación a Canadá ha sido a través de ferias y exposiciones. Este esquema funciona muy bien, sin embargo, debido a la complejidad del mercado canadiense y el nivel de compromiso necesario, se recomienda al exportador que adicionalmente cuente con contactos canadienses cuidadosamente escogidos.

El modelo de distribución directa de manufacturero a detallista es el más deseado por empresarios que buscan evadir el costo del intermediario. Lo anterior ha estado sucediendo especialmente desde la aparición de las “tiendas bodegas” (outlets) de venta directa al menudeo, tendencia que ha sido introducida en Canadá después del gran éxito que tuvo en los Estados Unidos.

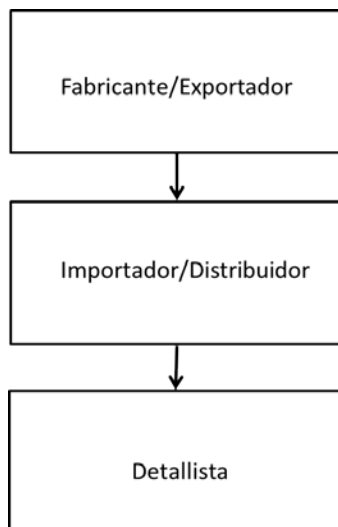
En muchos de los casos tanto el importador como el exportador buscan establecer contratos de exclusividad, con el objetivo de programar sus ventas y establecer una relación de negocios duradera, pues este medio de distribución “exclusiva”, es característico del mercado canadiense que es muy pequeño.

Sin embargo, el modelo de distribución a través de un importador/ distribuidor es más seguro, pues evita problemas futuros con el detallista. Conocer el mercado canadiense y todas las regulaciones de calidad ayudará a penetrar en este mercado. Los importadores por lo general mantienen en inventario el producto y esperan del proveedor entregas rápidas y a tiempo.

El papel del distribuidor es vital, sobre todo para satisfacer la creciente tendencia de los detallistas de iniciar con pequeñas órdenes, seguidas de continuas órdenes automáticas durante las épocas de mayor demanda, así como para lograr entregas de justo a tiempo (just-in-time) y resurtido automático. Sin un distribuidor o intermediario con capacidad de almacenamiento, es imposible satisfacer esta necesidad, además de que los costos de transporte se verán incrementados.

Por último, los distribuidores tienen un gran conocimiento del producto y de su producción, por lo que pueden ofrecer al exportador apoyo de mercadotecnia, desarrollo de producto, amplia distribución y almacenaje, documentación, etc.

Este es el esquema general de los canales de distribución del mercado:



El medio más utilizado que agiliza los canales de distribución, es la visita o participación en ferias o misiones individuales en donde se hace el contacto directamente entre los fabricantes y compradores. Si no se participa en este tipo de eventos, es indispensable que después de detectar potenciales importadores, se les hagan llegar catálogos en inglés y en francés con listas de precios en dólares canadienses o estadounidenses.

6.4 Análisis del producto

6.4.1 Descripción del producto

Artesanía orfebre productos hechos de plata cuya forma sería:

- Anillos
- Pulseras
- Collares
- Aretes

6.4.2 Proceso de Producción

Materiales Plata Piña (99.8%). Cobre (alambres o planchas), bronce (para soldadura) Piedras de colores (turquesa, cuarzo, onix, obsidiana, ópalo, ágata, etc.) Pastas de soldar, borax, ácido sulfúrico, bicarbonato de sodio. Óxidos, pastas pulidoras, paños, telas abrasivas, lijas. La plata piña se compra en tiendas especializadas donde venden este material. Las piedras de color se compra de comerciantes quienes traen este material de las minas. Los otros materiales se compran en las tiendas.

Equipos y Herramientas Trifiladora, laminadora, hileras, dados, pinzas, alicates, sopletes, pulidoras, esmeril.

Proceso de Producción Fundición: Se funde la plata piña con 7.25% de cobre, el resultado es plata de 92.5% de pureza que se vierten en moldes o en bloques para el trefilado o laminado. Mediante esta mezcla se consigue una maleabilidad adecuada, la plata 9.25 es ideal para ser trabajado, en caso contrario es duro y frágil. Recocido: Las barras que se obtienen se calienta con soplete hasta el rojo vivo, esto se hace para que el metal sea flexible y tenga mayor consistencia.

Laminado: Se pasa por un rodillo para convertir el bloque en chapas o láminas delgadas.

Trifilado: La plancha se pasa por la trifiladora para convertirlo en hilos de diferentes calibres, generalmente se usan después cubos o hileras diamantados para obtener calibres exactos.

Preparación: Hay diferentes técnicas para preparar las piezas de joyería, describiremos brevemente los más importantes. Vaciado.- Para esto se utilizan moldes. El molde inicialmente se prepara en jebe, que es la matriz, en base a una muestra física. Sobre esta matriz se rellena cera multiplicando la cantidad deseada, estos se organizan en pequeños árboles que se introducen dentro de una tubo de fierro que se rellena con yeso especial, una vez seco se calienta para eliminar la cera, estos son los moldes definitivos donde se inyecta plata fundida con una centrífuga. Luego de sacar del molde se cortan, se liman las uniones y se da el acabado. El molde de yeso se deshecha porque tiene una sola vida. Filigrana.- El hilo redondo de plata de 15-25 mm. se convierte en hilos laminados delgados. Con pinzas se va formando la figura deseado, tejiendo los hilos de plata, luego se sueldan en el armazón con virutas de plata y bronce (la mezcla para la soldadura es 10 partes de plata con 5 partes de bronce). Estampado.- Para esto se utiliza como molde una matriz de acero, sobre esta matriz se

prensa una chapa de plata con el que se obtiene la misma figura de la matriz sobre la chapa de plata, luego se cortan los bordes y se refina la figura.

Armado manual.- Se prepara el armazón con alambres de plata y utilizando pinzas, alicates, reglas, se va dando la forma deseada con pedazos de alambre del mismo metal, de acuerdo al diseño que se desea lograr.

Blanqueado: Se blanquea sumergiendo el producto en ácido sulfúrico y luego en una solución de bicarbonato de sodio. Finalmente se lava utilizando detergente y agua.

Preparación de las piedras: Las piedras de color (turquesa, cuarzo, onix, obsidiana, ópalo, ágata, etc.) se talla con herramientas equipados con motor y discos diamantados de diferentes tipos, se realizan los cortes de la piedra y luego se desgasta hasta obtener el modelo adecuado, finalmente se hace la marca para engarzar y se pule con lija, telas abrasivos y con tela impregnado con pasta pulidora.

Engarzado: Se ubican y sujetan las piedras de color, debidamente preparados, dentro del armazón de plata.

Pulido y abrillantado: Se hace el pulido y abrillantado con paños puestos en esmeril y frotando con una pasta abrillantadora.

6.4.3 Normas de Calidad

La plata se ofrece en aleaciones de 800, 835, 900, 925 y 935. En principio se permite cualquier aleación, pero las más solicitadas en el mercado las tres primeras, y sobre todo la de 925.

No obstante, una vez quintado el producto, la información debe ser fidedigna y sólo se admiten tolerancias muy pequeñas.

Las empresas importadoras, que establecen relaciones comerciales duraderas con los fabricantes, tienen por costumbre el realizar una inspección y control de la mercancía con instituciones independientes. En Alemania no existe una entidad oficial de control, como por ejemplo en Inglaterra o Francia. En el caso de quejas se acude a la Oficina de Inspección Industrial. A diferencia de estos últimos países, donde una vez que la entidad ha estampado e inspeccionado la mercancía, el fabricante ya no asume prácticamente ninguna responsabilidad, en el caso de Alemania el fabricante o importador tiene que aceptar la responsabilidad durante 30 años.

Al ser el mercado de joyería muy accesible en cuanto a requisitos, la oferta por tanto es muy grande, por lo cual es importante que la presentación de los productos para las tiendas sea profesional y atractiva. Algunas sugerencias son:

- Se deben utilizar estuches o cajas especialmente confeccionados para tal fin.
- Las piezas deben estar limpias y mostrar claramente el precio de venta.
- Lo mismo se aplica cuando las joyas son mostradas al importador o intermediario.
- No es habitual desempaquetar las piezas de bolsas individuales para presentarlas al cliente.
- El cliente está acostumbrado a observar la oferta en un plazo de 5 a 10 minutos.
- Asimismo debe comunicarse el precio de las diferentes piezas en el menor tiempo posible.

6.4.4 Bienes sustitutos o complementarios

Entre los productos sustitutos se encuentran:

- Bisutería
- Alpaca
- Oro

6.4.5 Proveedores

Nuestros más grandes proveedores son empresas que se dedican además de la comercialización, a la fabricación de plata como:

- Plata de Taxco
- Stellaplata
- Belyjoyas

Dos de ellas ubicadas en Taxco, Gro. Y la otra en la ciudad de Guadalajara, Jal.

6.4.6 Empaque

El empaque para la transportación de la plata será en bolsas de CELOFAN LISO CON FUELLE, para posteriormente introducirlos en cajas en las cuales irá toda la mercancía.

TAMAÑO	MEDIDA	PIEZAS	P.UNIT	P. PAQ.
MINI	11X28	100	0.65	65.00
CHICA	24X34	100	0.85	85.00
INTERMEDIA	27X48	100	1.25	125.00
MEDIANA	35X58	100	1.65	165.00
GRANDE	48X68	100	2.40	240.00

6.4.7. Transportación

6.4.7.1 Formatos necesarios para la exportación

A) Factura del exportador: la cual debe de contener lo siguiente:

- 1) Lugar y fecha de expedición,
- 2) Nombre y domicilio del destinatario de la mercancía,
- 3) Descripción comercial de las mercancías: clase , cantidad, unidades de identificación, valores unitarios y globales.
- 4) Nombre y domicilio del vendedor.
- 5) Traducción cuando sea distinto al español, francés, inglés.

B) Carta de instrucciones: la elabora el exportador al agente de carga, desglosa detalladamente los aspectos relativos al movimiento del embarque.

C) Lista de empaque: lista de todas las mercancías que se encuentran en el embarque.

D) Licencia del importador: ciertos productos para ser importados en Canadá, se sujetan a la obtención de una licencia de importación tramitada por el importador.

E) Certificado de Origen: requisito principal para que los productos mexicanos puedan gozar de las tarifas preferenciales del Sistema Generalizado de Preferencias, (SECOFI otorga dichos certificados).

F) Idioma: el idioma utilizado para los trámites aduaneros debe de ser en inglés o el del país de destino.

6.4.7.2 DHL Trade Automation Services: Eliminación de la confusión sobre los envíos internacionales

DHL TAS es un gran conjunto de herramientas de información de comercio en línea que cubre 63 países y aproximadamente el 98% del comercio mundial. Aquí uno podrá obtener toda la información y el apoyo que necesite para asegurar que su documentación de Aduanas esté completa y correcta, calcular los costos aproximados de las mercancías puestas en destino y hacer que sus productos lleguen al mercado de las maneras más eficientes y rentables.

Sus funciones principales son: Cálculo del costo puesto en destino, Cumplimiento de productos, Servicios comparativos del costo puesto en destino y del cumplimiento de productos, Documentación comercial, el Sistema Armonizado de Códigos de Clasificación de Productos y Búsqueda de Partes Restringidas.

Los componentes funcionan de la siguiente manera:

- Documentación comercial.
- Sistema Armonizado de Códigos de Clasificación de Productos
- Búsqueda de partes restringidas

6.4.7.3 Intermediación aduanera

DHL es uno de los mayores intermediadores aduaneros del mundo, realizando varios millones de registros por año, a partir de un completo menú de servicios de intermediación. Negociamos complejos reglamentos internacionales de envío de parte de nuestros clientes en oficinas ubicadas en todos los grandes puertos, aeropuertos o puntos internacionales de cruce fronterizo.

Gracias al volumen de actividad, DHL también trabaja en estrecha relación con las autoridades regulatorias internacionales, tales como la WCO (Organización Internacional de Aduanas) y la Comisión Europea.

6.4.7.4 Negocios entre Fronteras – Comprendiendo el Comercio Internacional

El comercio Internacional es un proceso complejo, pero también una apasionante oportunidad para hacer negocios. DHL puede ayudarle, no sólo en materia de requisitos mundiales de aduanas y terminología comercial, sino también con el apoyo y recursos locales de importación y exportación.

6.4.8 Riesgos Críticos

6.4.8.1 Riesgos internos del producto

Daño o extravío que el producto pueda sufrir al momento del traslado.

6.4.8.2 Riesgos internos de la empresa

Tamaño de la empresa. Si se realizan compromisos mayores a la capacidad instalada se corre el riesgo de perder el mercado por incumplimiento.

El personal de la compañía debe estar capacitado para atender clientes de carácter internacional.

Habilidad Administrativa. Una mala administración de recursos humanos, materiales y financieros, ocasionaría una desorganización, la cual provocaría la obtención de menores utilidades a las esperadas.

Cumplimiento de ventas. Se deberán respetar los compromisos contraídos tanto en volumen, como tiempos de entrega y calidad.

Reputación. Se deberá cuidar la imagen corporativa de la empresa cumpliendo de manera cabal con todos los contratos establecidos.

6.4.8.3 Riesgo Externo del producto

Presentación inadecuada del producto. Esto aplica cuando el envase del producto se encuentra roto o bien, las etiquetas no se encuentren adheridas al envase, dañando la imagen de la empresa.

6.4.8.4 Riesgo externo de la empresa

Incumplimiento en la entrega de materia prima por venir del interior de la República.

Alza excesiva del precio de materia prima por pérdida de cosecha ocasionada por el mal tiempo.

Dificultad en el transporte del producto final a su destino provocado por las inclemencias del clima (nortes o huracanes).

6.4.8.5 Plan de contingencia

Pérdida de un distribuidor. La compañía cuenta con una lista de distribuidores ubicados en Vancouver, Canadá.

Falta de abastecimiento de materia prima. Se obtienen localizados a otros proveedores en Taxco y Guadalajara.

Contracción del mercado meta. Además Canadá, se han estudiado otros mercados con grandes posibilidades para la plata (Estados Unidos).

Seguro de transporte de carga. El cual incluye una serie de coberturas para resarcir al asegurado por pérdidas ocurridas durante su transporte por cualquier medio o combinación de medios.

Seguro sobre riesgos comerciales. Este seguro cubre exclusivamente riesgos de carácter comercial originados por la incapacidad financiera del importador para cubrir sus deudas tales como la insolvencia legal, insolvencia de hecho y mora prolongada.

- Seguro de crédito México
- Afiliado a Proventum, Consultoría empresarial en seguros y fianzas.

6.5 Proyecciones Financieras.

Una vez realizados los planes de producción, logística, comercialización y del análisis de la oportunidad de negocio, se debe de obtener resultados que puedan ser medidos. El estado financiero del proyecto es la parte fundamental en el análisis de la viabilidad del mismo, es decir; si le conviene a la empresa la realización del proyecto ya que los resultados finales demostrarán el atractivo del margen de ganancia en relación al margen del mercado doméstico.

Este proyecto será financiado en su totalidad por la empresa Garza,S. de R.L M.I

6.5.1 Información Histórica

Se presentan los estados financieros del año 2013 de la empresa. El balance general tiene como objetivo exponer los activos, pasivos y el capital que la empresa posee dentro de un periodo contable, para este caso es anual.

A continuación se presenta los estados de financieros del año 2013, los cuales muestra la situación de la empresa durante ese año.

Garza, S. de R.L.M.I
Balance general
31 de Diciembre del 2013

Activo		
Activo corriente:		
Efectivo	\$15,000	
Inventario de mercadería	2,000	
Total activo corriente		\$17,000
Activo fijo:		
Vehículos	0	
Menos: Depreciación acumulada	0	0
Bienes muebles	1,500	
Menos: Depreciación acumulada	500	1,000
Equipos	10,000	
Menos: Depreciación acumulada	2,000	8,000
Bienes inmuebles	0	
Menos: Depreciación acumulada	0	0
Terrenos	0	
Total activo fijo		9,000
Otro activo:		
Valor llave	0	
Total otro activo		0
Activo total		\$26,000
Pasivo y patrimonio		
Pasivo corriente:		
Cuentas por pagar	\$2,000	
Impuestos sobre las ventas	0	
Impuestos sobre salarios	0	
Sueldos devengados	0	
Ingresos no percibidos	0	
Pagarés por pagar a corto plazo	0	
Préstamos bancarios por pagar a corto plazo	0	
Total pasivo corriente		\$2,000
Pasivo no corriente:		
Pagarés por pagar a largo plazo	0	
Hipotecas por pagar	0	
Total pasivo no corriente		0
Pasivo total		2,000
Patrimonio:		
Patrimonio neto	0	
Utilidad neta	24,000	
Total patrimonio		24,000
Total pasivo y patrimonio		\$26,000

Garza,S. de R.L M.I
Estado de resultados
31 de Diciembre del 2013

Ingresos:

Ventas brutas	\$	204,800.00
Menos: Devoluciones y provisiones	\$	25,000.00
Ventas netas	\$	179,800.00

Costo de las ventas

Inventario inicial	\$	2,000.00
Más: Compras	\$	2,000.00
Costo de los fletes entrantes	\$	300.00
Gastos indirectos	\$	500.00
	\$	4,800.00
Menos: Inventario final	\$	2,000.00
Costo de las ventas	\$	2,800.00
 Ganancia (pérdida) bruta	 \$	 177,000.00

Gastos:

Depreciación	\$	800.00
Paquetería y envíos	\$	700.00
Seguros	\$	300.00
Varios	\$	200.00
Gastos administrativos	\$	200.00
Gastos operativos	\$	700.00
Impuestos	\$	3,000.00
Honorarios profesionales	\$	1,500.00
Alquileres	\$	500.00
Teléfono	\$	300.00
Viajes	\$	400.00
Servicios públicos	\$	600.00
Total de gastos	\$	9,200.00
 Ingresos operativos netos	 \$	 167,800.00

Ganancia (pérdida) neta	\$	167,800.00
--------------------------------	-----------	-------------------

Capítulo VII

Conclusiones

Para las empresas en nuestro país, las exportaciones se han vuelto una herramienta indispensable para crear opciones de negocios.

Del mismo modo es importante para el correcto desarrollo de las empresas en este sector económico, el acceder a fuentes de información seguras y confiables, tratando de que ésta no sea incosteable. Es una buena práctica el acudir a organizaciones de apoyo a empresas, como contacto Pyme y Pymexporta y Bancomext. Sin embargo también es importante el saber que existe acceso a gran variedad de información de los mercados extranjeros, especialmente de países como Canadá.

Para la creación de este plan de negocios, se analizaron todos aquellos puntos clave para el correcto proceso de exportación. Se adaptó la forma más viable de penetración al mercado canadiense para la empresa Garza; concluyendo con el desarrollo de un plan dirigido a un cliente en específico, el cual será una herramienta indispensable para la correcta aplicación en el proyecto. En conjunto, en cada uno de los planes se detectaron costos y procesos, tanto de la producción, como de la logística y comercialización de la joyería.

Capítulo VIII

Recomendaciones

A continuación se presenta una lista de puntos que se deberán de considerar para poder mejorar y asegurar el éxito del proyecto.

- Buscar más proveedores alternos, tanto de los insumos como de los productos maquilados, a fin de evitar riesgos por informalidad y poder asegurar fechas de entrega.
- Se sugiere analizar la productividad de los artesanos, para evitar comprometer tanto la calidad del producto así como los tiempos de producción.
- Mantener una organización interna en cuanto a costos, a fin de evitar incurrir en gastos no previstos, así como analizar la posibilidad de llegar a acuerdos con proveedores para bajar los costos por economía de escala.
- Dar un seguimiento a las necesidades del cliente canadiense, con la finalidad de crear una relación a largo plazo y conocer mejor el mercado canadiense.

Bibliografía Consultada

Bibliografía:

La clave del Comercio: Libro de Respuestas para el Exportador

Paginas Consultadas:

<http://definicion.de/plan-de-negocios/>

<http://www.promenegocios.net/administracion/proceso-administrativo.html>

<http://portal.veracruz.gob.mx/pls/portal/docs/PAGE/COVECAINICIO/IMAGENES/ARCHIVOSPDF/ARCHIVOSDIFUSION/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20DE%20EXPORTACION%20D3N.PDF>) DEPARTAMENTO DE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

(<http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/96/1/images/PlanDeNegociosInternacionalDeExportacion.pdf>) PROMÉXICO Inversión y Comercio

Bancomext <http://www.bancomext.com/Bancomext/secciones/menu-inferior/glosario/E.html>

<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2951/10.pdf>

http://s3.amazonaws.com/lcp/moc/myfiles/ExportacionDirectaIndirectaConsortiosWeb_s215.pdf Econ. Milton Oroche Carbajal

<http://addiscere.com/moodlea/mod/glossary/view.php?id=108&mode=cat&hook=1&sortkey=&sortorder=asc&fullsearch=0&page=19> Glosario de Términos de Comercio Exterior

<http://www.definicion.org/arancel>

<http://globexport-import.com/2011/03/30/518/> globexport-import

<http://www.bancomext.com/Bancomext/secciones/menu-inferior/glosario/l.htm>
(Bancomext)

<http://www.iccmex.mx/incoterms.php>) International Chamber of Commerce

http://campusvirtual.unex.es/cala/epistemowikia/index.php?title=Demograf%C3%ADa_de_Canad%C3%A1

http://comercioexterior.banesto.es/es/elija-su-mercado-objetivo/perfiles-de-paises/canada/cifras-del-comercio?type_d_usuario=aucun&

http://es.wikipedia.org/wiki/Taxco_de_Alarc%C3%B3n

<http://www.guerrero.gob.mx/dominios/turismo/taxco/festividades.htm>

http://www.yelp.es/search?cflt=jewelry&find_loc=Vancouver%2C+BC#start=20

(<http://www.canadainternational.gc.ca/mexico-mexique/cmp-pcm.aspx?lang=spa&view=d>) Gobierno de Canadá

http://www.tlcanhoy.org/agreement/default_es.asp TLCANHOY

<http://www.soyentrepreneur.com/print-version.html?did=5967>

http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProduct.aspx

http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProduct.aspx



Anexos

Anexo I

Selección del Mercado Meta

A continuación se presenta la información que se utilizó para definir a Canadá como mercado meta.

1.1 Tablas utilizadas para obtener la información de Canadá

LISTA DE PAISES IMPORTADORES DE JOYERIA DE PLATA

Importadores	Indicadores comerciales										Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%)
	Valor importada en 2011 (miles de USD)	Saldo comercial 2011 (miles de USD)	Cantidad importada en 2011	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2007-2011 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2007-2011 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2010-2011 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)		
Mundo	35.439.933	2.770.933	0	No medida		25	0	93	100		
Estados Unidos de América	8.476.101	-5.414.834	8.261	Toneladas	1.026.038	34	11	93	23,9	0,8	
Reino Unido	4.287.191	-113.253	3.517	Toneladas	1.218.991	27	-17	104	12,1	0	
India	4.161.693	-4.133.953	4.077	Toneladas	1.020.773	34	9	225	11,7	9,3	
Canadá	2.886.008	628.803	2.516	Toneladas	1.147.062	98	51	112	8,1	0	
Japón	2.267.550	-575.496	3.624	Toneladas	625.704	27	-3	62	6,4	0	
Taipei Chino	2.141.176	-672.543	1.923	Toneladas	1.113.456	48	17	96	6	0	
Hong Kong (China)	1.745.197	2.759.062	3.066	Toneladas	569.210	-4	-21	50	4,9	0	
Australia	1.176.249	-1.033.085	0	No medida		82		698	3,3	0	
Alemania	1.104.079	1.715.368	1.452	Toneladas	760.385	4	-14	43	3,1	0	
Tailandia	996.514	-962.343	1.113	Toneladas	895.341	18	-14	31	2,8	0	
China	908.578	466.620	3.583	Toneladas	253.580	14	-11	18	2,6	0,6	
Austria	830.709	-693.128	765	Toneladas	1.085.894	60	42	170	2,3	0	
Italia	641.724	531	765	Toneladas	838.855	3	-13	4	1,8	0	
República de Corea	598.953	1.745.391	1.190	Toneladas	503.322	19	-1	74	1,7	2,9	
Francia	573.625	-312.299	908	Toneladas	631.746	26	13	26	1,6	0	
Países Bajos (Holanda)	340.125	-59.336	337	Toneladas	1.009.273	30	19	88	1	0	
Bélica	329.694	1.165.574	363	Toneladas	908.248	-15	-32	168	0,9	0	
Brasil	255.813	-200.756	261	Toneladas	980.126	14	-7	26	0,7	8,4	
Emiratos Árabes Unidos	216.392	-85.442	182	Toneladas	1.188.967	27		578	0,6	0	
Singapur	198.429	-116.596	365	Toneladas	543.641	3	-5	147	0,6	0	

LISTA DE PAISES EXPORTADORES DE JOYERIA DE PLATA

Exportadores	Indicadores comerciales								
	Valor exportado en 2011 (miles de USD) ▼	Saldo comercial 2011 (miles de USD) ↑	Cantidad exportada en 2011	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) ↑	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2007-2011 (%) ↑	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2007-2011 (%) ↑	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2010-2011 (%) ↑	Participación en las exportaciones mundiales (%) ↑
Mundo	38.210.866	2.770.933	93.934	Toneladas	406.784	26	12	103	100
México	4.514.899	4.394.626	11.487	Toneladas	393.044	31	35	78	11,8
Hong Kong (China)	4.504.259	2.759.062	48.716	Toneladas	92.460	38	60	134	11,8
Reino Unido	4.173.938	-113.253	3.841	Toneladas	1.086.680	31	-3	156	10,9
Canadá	3.514.811	628.803	3.798	Toneladas	925.437	54	24	104	9,2
Estados Unidos de América	3.061.267	-5.414.834	3.220	Toneladas	950.704	39	2	73	8
Alemania	2.819.447	1.715.368	2.797	Toneladas	1.008.025	29	1	97	7,4
República de Corea	2.344.344	1.745.391	2.528	Toneladas	927.351	40	12	141	6,1
Japón	1.692.054	-575.496	6.410	Toneladas	263.971	31	-2	67	4,4
Bélgica	1.495.268	1.165.574	1.329	Toneladas	1.125.108	32	5	208	3,9
Taipei China	1.468.633	-672.543	1.319	Toneladas	1.113.444	102	59	106	3,8
Polonia	1.400.950	1.355.261	1.329	Toneladas	1.054.138	28	4	79	3,7
China	1.375.198	466.620	1.281	Toneladas	1.073.535	-14	-30	43	3,6
Chile	652.156	643.482	1	Toneladas	652.156.000	8	-76	77	1,7
Italia	642.255	531	836	Toneladas	768.248	36	11	147	1,7
Suecia	468.735	407.554	429	Toneladas	1.092.622	27	2	79	1,2
Papua Nueva Guinea	390.958	390.938	0	No medida		762		922	1
Kazajistán	322.651	322.306	282	Toneladas	1.144.152	-6	-29	109	0,8
Bolivia	291.764	288.828	260	Toneladas	1.122.169	134	84	157	0,8
Países Bajos (Holanda)	280.789	-59.336	285	Toneladas	985.225	39	69	85	0,7
Argentina	280.143	272.301	167	Toneladas	1.677.503	302		54	0,7

INDICADORES DE COMERCIO EXTERIOR

Indicadores de comercio exterior	2007	2008	2009	2010	2011
Importación de bienes (millones de USD)	390.188	419.011	329.905	401.540	462.435
Exportación de bienes (millones de USD)	420.693	456.471	316.724	387.155	452.167
Importación de servicios (millones de USD)	81.723	87.953	77.579	89.963	99.273
Exportación de servicios (millones de USD)	63.785	66.378	57.476	67.432	74.073
Importación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	5,9	1,5	-13,4	13,1	-
Exportación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	1,2	-4,7	-13,8	6,4	-
Importación de bienes y servicios (en % del PIB)	33,0	33,6	30,4	31,3	-
Exportación de bienes y servicios (en % del PIB)	35,0	35,1	28,7	29,4	-
Balanza comercial (millones de USD)	43.770	43.803	-4.394	-8.682	2.166
Balanza comercial (incluyendo servicios) (millones de USD)	26.320	23.371	-23.572	-30.770	-22.868
Comercio exterior (en % del PIB)	68,0	68,7	59,2	60,7	-

Fuente: WTO - World Trade Organization ; World Bank , últimos datos disponibles

▶ Principales países asociados

Clientes principales (% de las exportaciones)	2011	Principales proveedores (% de las importaciones)	2011
Estados Unidos	73,7%	Estados Unidos	49,5%
Reino Unido	4,2%	China	10,8%
China	3,8%	México	5,5%
Japón	2,4%	Japón	2,9%
México	1,2%	Alemania	2,9%
Ver más países	14,7%	Ver más países	28,4%

Fuente: Comtrade, últimos datos disponibles

PRINCIPALES PRODUCTOS INTERCAMBIADOS

450,4 miles de mills. USD Exportaciones principales		450,6 miles de mills. USD Importaciones principales	
Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	15,4%	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	6,4%
Automóviles de turismo y demás vehículos autom...	8,8%	Automóviles de turismo y demás vehículos autom...	5,2%
Aceites de petróleo o de mineral bituminoso (exc....)	3,9%	Partes y accesorios de tractores, vehículos autom...	4,3%
Oro, incl. el oro platinado, en bruto, semilabrado...	3,8%	Aceites de petróleo o de mineral bituminoso (exc....)	3,7%
Gas de petróleo y demás hidrocarburos gaseosos	3,7%	Vehículos automóviles para transporte de mercanc...	2,7%
Ver más productos	64,3%	Ver más productos	77,6%

Fuente: Comtrade, últimos datos disponibles

Datos Concretos

Población total	34.482.779
PIB (crecimiento anual)	2,0%
Importación de bienes (millones de USD)	462.435
Clientes principales	Estados Unidos, Reino Unido, China, Japón, México

ANEXO 2

Carta Factura para Envió

CARTA FACTURA COMMERCIAL INVOICE

México, D.F.

De (Remitente) / From (Shipper)				Para (Destinatario) / To Company			
Nombre:				Name:			
Empresa:				Company Name:			
Dirección:				Address:			
Ciudad	C.P.	Teléfono		City:	Z.C.	PH	

Descripción detallada del envío				Detailed description of the Shipment			
Cantidad	Descripción	Costo	Moneda	Unit	Description	Cost	Currency

Propósito del envío				Purpose of Shipment			
<input type="checkbox"/> * Venta <input type="checkbox"/> * Regalo no solicitado <input type="checkbox"/> * Muestra <input type="checkbox"/> * Muestra mutilada y/o marcadas para no venta <input type="checkbox"/> * Promoción <input type="checkbox"/> * Análisis <input type="checkbox"/> * Retorno al origen por olvido <input type="checkbox"/> * Para reparación <input type="checkbox"/> * Por sustitución y/o en garantía <input type="checkbox"/> * Exhibición / exposición y/o Convención Internacional <input type="checkbox"/> * Otros _____				<input type="checkbox"/> * Sale <input type="checkbox"/> * Unsolicited Gift <input type="checkbox"/> * Samples <input type="checkbox"/> * Mutilated or marked samples not for resale <input type="checkbox"/> * Promotional Material <input type="checkbox"/> * Analysis <input type="checkbox"/> * Return to origin (forgotten) <input type="checkbox"/> * For repair <input type="checkbox"/> * For change in guaranty or defective material <input type="checkbox"/> * International Show / convention / exhibition or display <input type="checkbox"/> * Others _____			

Valor para fines aduanales \$ _____ M.N. Value for customs purpose \$ _____ U.S.D.	Firma del Remitente/Shipper's Signature
---	---

¿Requiere Pedimento? No Si Temporal Definitivo <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	DHL AWB:
--	----------

Bajo protesta de decir verdad declaro que los valores asentados en el presente documento son los que rigen al momento de su exportación / I declare that the information stated in this invoice is true and correct.

Anexo 3

Empaque



ANEXO 4

Catálogo de la colección de joyería













Glosario de Términos

A

Acuerdo Comercial

Contratos entre dos o más países, mediante los cuales se regulan materias estrictamente comerciales. Tienen carácter de tratados arancelarios para procurar ventajas y seguridad en las aplicaciones de las tarifas y regímenes aduaneros que afectan a los contratantes.

Ad Valorem (AD.VA.)

Significa según el valor y es un término usado cuando se hacen cotizaciones o se estiman tasas de seguros y fletes. La expresión aparece también relacionada con los derechos de aduana, muchos de los cuales se calculan al valor de las mercancías.

Aforo

Operación de exclusiva competencia del Servicio Nacional de Aduanas que consiste en reconocer la mercancía (Aforo Físico), verificar y estudiar la documentación, (Aforo Documental), clasificarla en la nomenclatura arancelaria, establecer su valor, determinar los gravámenes aplicables y dejarla sujeta a la legislación vigente a la fecha de aceptación de la Declaración de Exportación por parte del Servicio Nacional de Aduanas.

Agente de exportación:

Empresa, persona física u organización que sirve de intermediaria a importadores y exportadores.

Ajuste fiscal en frontera:

Sistema de adaptación de los impuestos que gravan un producto objeto de operaciones de comercio exterior. Consiste en la exención o desgravación a los bienes exportados de los impuestos con que se les grava cuando se destinan al consumo interior; y en sentido inverso, en la imposición a los productos importados de gravámenes similares a los correspondientes al consumo interior de los productos nacionales.

Arancel de aduanas:

Instrumento legal que comprende la nomenclatura para la clasificación oficial de las mercancías susceptibles de ser importadas territorio nacional o exportado del mismo o sometido a otros regímenes aduaneros, así como los gravámenes aplicables a las mismas y las restricciones u otros requisitos que deben ser cumplidos con motivo de las operaciones aduaneras.

B

Balanza Comercial

Conjunto de transacciones comerciales realizadas por un país con el exterior, en un periodo determinado (un año), consistentes en la importaciones y exportaciones de mercancías consideradas en su conjunto, exteriorizándose el resultado de tres maneras distintas, conforme a los resultados de los valores totales intercambiados, puede ser: Balanza comercial nivelada (cuando la importación y la exportación se equilibran), deficitaria o favorable (exceso de importación sobre exportación) y, favorables o con superávit (exceso de exportación sobre importación).

Banco Corresponsal

Dentro de la carta de crédito, es el banco que recibe la notificación de la apertura de una carta de crédito y las condiciones del mismo. Comunica esto al exportador.

Banco Confirmador

Dentro de la carta de crédito, es el banco que da su confirmación a la misma. Puede ser tanto un tercer banco como el banco "corresponsal".

Banco Emisor o Interviniente

Recibe las instrucciones de su cliente (el importador) para la apertura de un crédito documentario a favor del exportador.

Beneficiario

Persona a cuyo favor se emite el crédito y que puede exigir el pago al Banco emisor o al pagador una vez ha cumplido las condiciones estipuladas en el crédito. Es el exportador.

Bien de capital

Máquinas, vehículos, equipos, máquinas herramientas y herramientas destinadas, directa o indirectamente, a la producción de bienes o servicios o a la comercialización de los mismos.

C

Carta de crédito:

Documento emitido por un banco y obtenido por el importador, en el que se autoriza a otro banco a abonar al exportador una suma específica de dinero, cuando el banco haya recibido el documento en que se garantiza que se han cumplido las condiciones estipuladas en la carta de crédito. Ejemplo: condiciones de venta, packing, fecha de envío, etc.

Carta de Porte-Talón-Guía (Inland/Ground Bill of Lading-B/L):

Es el documento que justifica el desplazamiento de mercancías y el contenido de las mismas.

Carta de Porte-Talón-Guía (R.R. Bill of Lading-B/L).

Es el documento que justifica el desplazamiento de mercancías y el contenido de las mismas de forma ferroviaria.

Certificado de origen:

Documento expedido por la autoridad u órgano competente, para dar fe de que determinado artículo es producido, cosechado, etc., en determinada región o país; se utiliza con la finalidad de aprovechar ventajas impositivas o preferencias arancelarias.

Certificado de seguro:

Frecuentemente adquirido por el importador, este documento del flete de entrada indica la clase de seguro, comprado y el valor amparado por este.

CFR- Costo y flete:

El exportador paga los costos de flete hasta el puerto de destino. No obstante, el riesgo se transfiere al importador una vez que la mercancía se ha cargado al buque. Transporte marítimo.

CIF- Costo, seguro y flete:

Equivalente al CFR, salvo que además el exportador procura y sufraga el seguro a favor del importador. Transporte marítimo.

CPT- Transporte pagado hasta:

Equivalente CFR para transporte general, en contenedor o multimodal. El exportador paga el transporte hasta el punto de destino, pero el riesgo se transfiere con la mercancía entregada al primer transportador.

CIP- Transporte y seguro pagado:

Equivalente al CIF para transporte general, en contenedor o multimodal.

Conocimiento de Embarque (Ocean Bill of Lading-B/L):

Es un documento propio del transporte marítimo que se utiliza como contrato de transporte de las mercancías en un buque en línea regular. La finalidad de este contrato es proteger al cargador y al consignatario de la carga frente al naviero y dar confianza a cada parte respecto al comportamiento de la otra.

D**DDP- Entrega con derechos pagados:**

Máxima obligación para el exportador, pues él corre con los costos, tarifas y trámites oficiales hasta el punto de destino.

DAT-Entrega en terminal:

El vendedor asume todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (no obligatorio), hasta que la mercancía se coloca en la Terminal definida, asumiendo los riesgos hasta ese momento.

DAP-Entrega en lugar:

El vendedor asume todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (no obligatorio), hasta que la mercancía se despacha en la Terminal definida. Asumiendo los riesgos hasta el momento.

E

EXW- Ex Works:

El exportador pone la mercancía a disposición en sus locales.

F

Factura comercial

Documento en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Sirve como comprobante de la venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino. También se utiliza como justificante del contrato comercial. En una factura deben figurar los siguientes datos: fecha de emisión, nombre y dirección del exportador y del importador extranjero, descripción de la mercancía, condiciones de pago y términos de entrega.

Factura proforma:

Proyecto de factura; tiene por finalidad, facilitarle al comprador las gestiones previas, propias de una compra internacional (liberaciones de gravámenes, licencias, permisos, etc.).

FCA- Free Carrier:

El exportador entrega los bienes, despachados por aduanas, bajo vigilancia del primer transportador (denominado importador) en el lugar mencionado. Este término se utiliza para todos los modos de transporte, inclusive transporte aéreo, ferroviario, carretero y por contenedor/multimodal-modal.

Flete:

Precio pagado por el transporte de mercancías, tanto terrestre como marítimo o aéreo.
// Es el precio que cobra el transportista al usuario por la prestación del servicio de transporte.

FOB

Del inglés "Free On Board" que significa Libre a Bordo, es el precio del producto puesto en el barco.

G**Garantía:**

Obligación que se contrae a satisfacción de la autoridad aduanera, con el objeto de asegurar el pago de los gravámenes, tasas y demás tributos eventualmente exigibles, aplicados a la importación o exportación y tributos internos a que estén sujetas las mercancías, así como el cumplimiento de otras obligaciones contraídas con ella.

GATT:

Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio. El GATT es un acuerdo comercial, no un organismo, cuyo objeto es favorecer el comercio internacional, mediante una reducción sustancial y negociada de los aranceles.

Guía aérea:

Documento que expide una empresa de transporte aéreo, como constancia de haber recibido del embarcador o del despachador, determinadas mercancías para transportarlas de un aeropuerto a otro. Tiene carácter de contrato de transporte de carga.

Guía courier:

Es el documento de embarque que da cuenta del contrato entre el embarcador y la Empresa de Mensajería Internacional "Courier" por cada envío.

Guía de encomienda:

Documento que expide una empresa de transporte de encomienda (terrestre), como constancia de haber recibido del embarcador, determinadas mercancías para transportarlas hasta su destino. Tiene carácter de contrato de transporte de carga.

Gravámenes:

Se entenderá por gravámenes los derechos aduaneros y cualquier otros recargos de efectos equivalentes, sean de carácter fiscal, monetario o cambiario, que incidan sobre las importaciones. No quedarán comprendidas en este concepto las tasas y recargos análogos cuando correspondan al costo aproximado de los servicios prestados.

I**Importación:**

Es el acto o acción de introducir al territorio nacional, por las vías habilitadas (marítimas, aéreas, terrestres o bultos postales), mercancías procedentes del exterior, previo cumplimiento de los registros y formalidades pautadas en la Ley Orgánica de Aduanas, sus reglamentos y demás disposiciones correspondientes, vinculadas a la materia aduanera.

Incoterms:

Cláusulas del comercio internacional definidas por la Cámara Internacional de Comercio, con la pretensión de aclarar las obligaciones del vendedor y comprador en los contratos internacionales de compraventa, en cuanto a las condiciones de entrega de las mercancías.

Infracción aduanera:

Hechos violatorios de la legislación aduanera calificados por la misma como tal. Ejemplos de infracción aduanera son: declaración incorrecta del código arancelario, de la tarifa, del valor, etc. Para que haya infracción aduanera es necesario que la operación haya sido sometida al control aduanero.

Internación al territorio nacional:

Operación que consiste en introducir las mercancías en el territorio aduanero del país. Ejemplos: las mercancías que se introducen desde una zona franca industrial al territorio nacional.

Integración económica:

Es un proceso a través del cual, dos o más mercados nacionales, previamente separados se unen para formar un mercado de una dimensión mayor. Las posibles formas alternativas de la integración económica podríamos enumerarlas así: a) Zonas de Preferencias; b) Zonas de Libre Comercio; c) Uniones Aduaneras; d) Mercado Común; y e) Uniones Económicas.

J

Jurisdicción Aduanera:

Porción del territorio aduanero dentro del cual las mercaderías están sujetas a la vigilancia y reglamentación aduanera. Ella comprende, no sólo los puertos u otros lugares donde están situadas las aduanas, sino también el radio de vigilancia costera o terrestre hasta donde se extiende esa jurisdicción. El área o territorio aduanero se confunde generalmente con el territorio político, siendo la jurisdicción aduanera el lugar o recinto concreto donde se cumplen las formalidades de índole arancelaria otro tipo.

L

Libre competencia:

La libre competencia supone la existencia de condiciones para que cualquier sujeto económico, sea oferente o demandante, tenga completa libertad de entrar a, o salir del mercado y quienes están dentro de él, no tengan posibilidad, tanto individualmente como en colusión con otros, de imponer alguna condición en las relaciones de intercambio.

Libre practica:

Están en libre práctica (o despachados a consumo, o desaduanados) los productos del exterior para los que se han cumplido las formalidades de importación, habiéndose exigido los derechos arancelarios y tasas que le sean de aplicación.

Licencia:

Son autorizaciones, que concede el Ejecutivo Nacional a particulares, para la realización de operaciones con mercancías de importación y exportación, sujetas a tal requisito.

Liquidación:

Acto administrativo mediante el cual la autoridad competente (aduana principal o subalterna) calcula y fija el monto del tributo a pagar, emitiendo la Planilla de Liquidación de Gravámenes.

M**Marca:**

Denominación amplia que puede referirse a un nombre, un término, un símbolo y/o un diseño especial con el que se tratan de identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores. Una marca diferencia un producto de sus competidores. Una Marca Registrada es aquella que ha recibido protección legal debido a que, de acuerdo con la ley, se ha convertido en propiedad de quién la registra.

Materia prima:

Materia no transformada, utilizada para la producción de un bien. Los procesos productivos alteran su estructura original.

Manifiesto:

Relación detallada de todo el cargamento de un transporte, que debe ser presentada por el transportista a las autoridades competentes que se la requieran. Este documento contiene detalle de marca, número, especie de mercadería, kilos, cargadores, consignatario o cualquier otra información que pueda ser requerida por la autoridad aduanera o consular en los países de exportación y/o importación.

N

Nomenclatura arancelaria:

Lista o nómina de mercancías, objetos del comercio internacional, ordenadas sistemáticamente a base de determinados principios, su naturaleza, origen, destino, etc. Si frente a cada una de las mercancías de una nomenclatura hacemos figurar los derechos de importación, esta se transforma en un arancel.

O

OMC: Organización Mundial de Comercio.

Orden de Embarque

Documento suscrito por el Agente de Aduanas, que se constituye en una solicitud ante Aduanas para que éste autorice el embarque de las mercaderías.

Orden de pago:

Instrumento de pago por el cual el comprador internacional transfiere al vendedor por intermedio de un banco, los fondos necesarios para el pago de la exportación.

P

Política comercial:

Medidas de política económica que actúan sobre los flujos de importaciones y exportaciones, y que entran dentro de las políticas de desviación del gasto.

Potestad aduanera:

Es la facultad de las autoridades competentes para intervenir sobre los vehículos, medios de transporte y mercancías que sean objeto de tráfico internacional o de tránsito nacional así como sobre los objetos que formen parte del equipaje de pasajeros y tripulantes a los fines previstos en la Ley Orgánica de Aduanas; autorizar o impedir su desaduanamiento, ejercer los privilegios fiscales, determinar los tributos exigibles, aplicar las sanciones procedentes y, en lo general, ejercer los controles previstos en la legislación aduanera nacional.

Preferencias arancelarias:

Reducciones totales o parciales que un país aplica a su arancel nacional, exclusivamente a favor de otro u otros países que son sus socios dentro de un determinado tipo de acuerdo (acuerdo de preferencias comerciales, sistema generalizado de preferencias, zona de libre comercio).

Protección arancelaria:

Protección proporcionada a un producto por el establecimiento de un arancel a la importación de un producto similar, procedente del resto del mundo.

Protección arancelaria efectiva:

Protección proporcionada a la actividad económica que genera el valor añadido de un producto. Vendrá medida por el tipo de protección (arancelaria) efectiva, resultante del cociente entre la diferencia entre la protección al output y la protección al input, y el valor añadido sin arancel.

Protección arancelaria nominal:

Protección proporcionada al producto por el arancel. Vendrá medida por el tipo de protección (arancelaria) nominal, resultante de dividir el arancel sobre el producto en cuestión, por el precio de dicho producto.

Proteccionismo administrativo:

Procedimiento dirigido a impedir las importaciones a través de una actuación discrecional de las autoridades.

Puerto libre:

Territorio sometido a régimen aduanero especial, en el cual pueden ingresar mercancías procedentes del exterior, libres de los gravámenes aduaneros, impuesto internos y restricciones cuantitativas, dentro de los términos y limitaciones previstas

R

Régimen aduanero:

Tratamiento aplicable a las mercancías sometidas al control de la aduana, de acuerdo con las leyes y reglamentos aduaneros, según la naturaleza y objetivos de la operación.

Régimen tarifario:

Tratamiento aplicable a las mercancías sometidas al control de la aduana, de acuerdo a la tarifa que le corresponda según el Arancel de Aduanas.

Reglas generales para la interpretación del sistema armonizado:

Las reglas interpretativas establecen los principios de clasificación aplicables al conjunto de la Nomenclatura del Sistema Armonizado, salvo disposiciones expresas en contrario que se desprendan del texto mismo de las partidas o subpartidas o de las Notas de Sección o de Capítulo. Es importante destacar que en actualidad el Sistema Armonizado está regido por seis Reglas Generales de Interpretación la Regla N°1, sirve para clasificar por textos de Partidas y Notas de Sección o de Capítulo; las Reglas N°2^a) y 2b), amplían los textos de partidas; la Regla N°3^a) tiende a la especificidad; la Regla N° 3b) tiende a la esencia; la Regla N° 3c) tiende a la ubicación; la Regla N°4 tiende a la analogía; la Regla N°5^a) está relacionada con la clasificación de los estuches y continentes similares; la Regla N°5b) contempla la forma de clasificación de los envases utilizados comúnmente para las mercancías o productos que lo requieran; y la Regla N°6 permite la clasificación a nivel de subpartidas.

S

SEDECO: Secretaria de Desarrollo Económico

Sociedad de Responsabilidad Limitada Microindustrial, (S. de R.L M.I.):

Los negocios o empresas, en un 84% aproximadamente son de microempresarios, pequeñas y medianas empresas; abundando más las pequeñas empresas y en aquí donde se crean las sociedades de responsabilidad limitada, que con un capital mínimo de \$3000 pesos, pueden legalizar su personalidad jurídica ante el Estado Mexicano.

T

Tratado de Libre Comercio

Es un acuerdo concluido entre miembros pactantes de un convenio comercial, sujeto a derecho internacional y al interno de cada una de las partes contratantes. En este tratado las barreras al comercio e inversión se eliminan progresivamente. La racionalidad se basa en la eliminación de los impedimentos para acceder al mercado de bienes y servicios entre los países signatarios.

Tasa de cobertura:

Es la proporción de las importaciones de un periodo concreto que pueden pagarse con las exportaciones hechas en ese mismo lapso de tiempo.

Tasa de rendimiento:

La tasa de rendimiento se expresará en términos de porcentaje, y deberá indicar la cantidad de mercancías que se aprovechará y las mermas, subproductos y desperdicios, con indicación de sí estos últimos, son comercializables o no.

Territorio aduanero:

Territorio de un Estado en el cual son aplicables las disposiciones de su legislación aduanera.

Tránsito aduanero internacional:

El régimen aduanero con arreglo al cual las mercancías son transportadas, bajo control aduanero, desde una aduana de partida hasta una aduana de destino en una misma operación en el curso de la cual se cruzan una o varias fronteras.

U

Unión aduanera:

Forma de integración económica en la que se eliminan los aranceles entre los países miembros y se igualan los aranceles contingentes mantenidos frente a terceros países.

Unión económica:

Forma de integración económica que surge al añadir a las condiciones del Mercado Común la armonización de las políticas económicas de los países miembros, para evitar discriminaciones.

Z**Zona de libre comercio:**

Similar a la unión aduanera, pero cada país miembro mantiene su propia política comercial, incluso los aranceles a países ajenos al acuerdo.