



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**El Mercado Nacional de Artesanías. Italia como  
alternativa de exportación de artesanías de Puebla  
(esferas navideñas de vidrio soplado): el caso de la región  
de Chignahuapan (2010-2015)**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**Lic. en Relaciones Internacionales**

**P R E S E N T A:**

**Alejandra Nallely Chijate Prieto**



**Director: Dr. Arturo Ortiz Wadgymer**

**"**

**\*\*\*\*\*Elv cf 'Wpkgt usct k.'Ef 00 z0'423:**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

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

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



## **Agradecimientos**

Agradezco a dios, a mis padres y a mi familia por su apoyo incondicional, por levantarme cuando más necesitaba su aliento.

Agradezco a mi asesor el Dr. Arturo Ortiz Wadyamar por toda su paciencia, comprensión, orientación, por compartir sus conocimientos, su experiencia; por ser un gran guía en el término de esta etapa y alentarme con su ejemplo para seguir cumpliendo proyectos, metas y sueños.

Estaré inmensamente agradecida con la UNAM, “la máxima casa de estudios”, la FCPyS y con todos mis profesores, por todo lo que me han dado y enseñado.

Sin todos ellos no hubiera sido posible la conclusión de esta meta.

Esta tesis más que un proyecto de investigación ha sido un trayecto de lección de vida de mucho aprendizaje, donde ahora me queda muy claro que los sueños se pueden cumplir con el corazón (y no solo con la cabeza), con esfuerzo y disciplina a pesar de las adversidades.

***“Por mi raza hablará el espíritu” / José Vasconcelos***

## Índice

Introducción.....	4
Marco de referencia: generalidades de comercio exterior en México y TLCUEM.....	14
Capítulo 1.-Acercamiento conceptual para comprender qué es “artesanía en el mercado”....	32
1.1.- ¿Qué es artesanía en el mercado, una industria?.....	43
1.2.-Breve recuento de qué representa la artesanía en el mercado nacional.....	50
Capítulo 2.- La proyección internacional del mercado de artesanías mexicanas.....	56
2.1.- Panorama general del fomento y promoción comercial del mercado de artesanías mexicanas a nivel mundial.....	59
2.2.- El caso exitoso del mercado nacional de esferas de vidrio soplado (navideñas) de la región de Chignahuapan, Puebla: sus primeras exportaciones.....	65
Capítulo 3.- Panorama del mercado europeo bajo el TLCUEM: Italia como alternativa de exportación de artesanías mexicanas, de Puebla.....	73
3.1.-Panorama general del mercado nacional de artesanías en Europa bajo el TLCUEM.....	89
3.2.-Planeación estratégica: Italia como alternativa de exportación de esferas navideñas de Chignahuapan, Puebla (caso práctico, construcción del precio y formas de pago para una exportación exitosa).....	95
Conclusiones.....	139
Anexo. – Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahuapan, Puebla a Italia.....	143
Fuentes de investigación.....	185

## Introducción

La historia y la cultura son elementos clave para entender la conformación económica, política y social de un Estado-nación y sus relaciones exteriores. Uno de los elementos culturales que le dan identidad a un pueblo originario son las artesanías; las cuales, son un acervo histórico de una nación, ya que, denotan la evolución de la humanidad, la época en que el hombre comenzó a vincularse con su medio que lo rodea, desarrollando utensilios, herramientas, productos de autoconsumo para sobrevivir, fuentes de trabajo, consolidación de lo social, de la economía, de la producción y comercialización de productos, de la innovación e industrialización, como base de antecedentes para la conformación de mercados y bloques económicos.

Los avances científicos y tecnológicos que se generan hacen que el mundo esté en un acelerado y constante dinamismo. El severo ritmo con el que se van presentando modificaciones en la forma de producción (por la industrialización) y la comercialización de artesanías mexicanas (de consumo propio a consumo masivo), vuelven obsoletos las dinámicas del comercio exterior de México, ya que no va a la par con las necesidades que demanda el mercado mundial.

Es decir, el Derecho internacional comercial y en específico la Legislación de comercio exterior de México, no van de la mano con el avance científico y tecnológico que demanda la época moderna, la globalización y la liberalización del mercado, por las constantes innovaciones; de ahí, la necesidad de que se busquen nuevas regiones de comercialización del mercado de artesanías.

Los artesanos mexicanos enfrentan el dinamismo y la crisis actual del neoliberalismo, donde no se toman en cuenta dentro de un aspecto legal el valor de las artesanías (por terminología jurídica y cultural) como sector económico viable e importante para el desarrollo del país, en una era de globalización.

Un ejemplo claro de la afectación por no contar con una política de comercio exterior viable es el uso indebido de patentes, productos apócrifos y el comercio informal.<sup>1</sup> Ambos

---

<sup>1</sup>A pesar de que la mayoría de países latinoamericanos están adheridos al Acuerdo de la Organización Mundial de Comercio (OMC) sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual, la propiedad intelectual ha sido transgredida por el uso indebido de patentes. Es necesario comprender que el derecho de autor es un término jurídico, del cual se desprende la propiedad intelectual (P.I.), que describe los derechos concedidos a los creadores de ideas. La propiedad intelectual (P.I.) se

casos crean serios problemas para quienes son propietarios de esos derechos (afectando y lesionando sus intereses), por quienes los explotan indebidamente (sin tener derecho hacerlo); y más, si no están legalmente protegidos por escrito,<sup>2</sup> como el caso de la producción de artesanías en México.

Así mismo, se ha visto este mercado nacional como un mini taller capitalista familiar temporal, una industria en serie o turística, sin llegar a desarrollarse plenamente como empresa, no permitiendo una sólida posición al exterior y tristemente solo se percibe como un sector marginado.

Para llegar hacer el ente de origen de producción, como en el caso de la región de Chignahuapan, Puebla se debe contar con una historia detrás, una identidad, que de fuerza y desarrollo a la región como al país. En este caso comienza desde la herencia de la colonización y la independencia; etapas que marcaron el comienzo de la expansión del mercado de artesanías mexicanas.

Chignahuapan es un municipio ubicado en la Sierra Norte, en Puebla, que ha ganado importancia por la fabricación de aproximadamente setenta millones anuales de esferas de vidrio soplado a mano con diversas técnicas, logrando la exportación de este producto principalmente a Estados Unidos, Centroamérica y Sudamérica, respaldándose de los tratados de libre comercio.<sup>3</sup>

---

relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio.

La legislación protege la P.I., por ejemplo, mediante las patentes, el derecho de autor y las marcas, que permiten obtener reconocimiento o ganancias por las invenciones o creaciones. Al equilibrar el interés de los innovadores y el interés público, el sistema de propiedad intelectual procura fomentar un entorno propicio para que prosperen la creatividad y la innovación.” Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Dirección URL: <http://www.wipo.int/about-ip/es/>, [consultado durante el año 2016 -2017].

<sup>2</sup>“La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) ha comenzado a ejecutar programas normativos y de fortalecimiento de capacidades con el fin de preparar medidas jurídicas.” *Ibidem.*, OMPI, Dirección URL: <http://www.wipo.int/about-ip/es/>, [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>3</sup>Organización Mundial de Comercio Exterior (OMC), Dirección URL: [http://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/gatt\\_s/gatt\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/gatt_s/gatt_s.htm), [consultado durante el año 2016-2017].

Su forma de producción se realiza en más de 400 talleres y con mano de obra de aproximadamente tres mil artesanos, por lo tanto, esta región se considera el mayor productor artesanal de esfera navideña, donde todo el año se elabora este producto.<sup>4</sup>

La región de Chinaghuapan ha buscado comercializar las esferas navideñas con la Unión Europea, valiéndose del acuerdo de libre comercio (TLCUEM); tratando de adaptarse a través de un intercambio cultural e histórico por medio de las celebraciones navideñas o exposiciones culturales (como la feria del árbol que se lleva a cabo en Puebla a finales de cada año, donde todos los artesanos exhiben sus artesanías o la feria Christmasworld en Europa donde invitan a artesanos de diferentes países, para que muestren sus productos artesanales navideños al mundo y principalmente a los consumidores europeos) a fin de aumentar la exportación de sus productos.

Es fundamental analizar cómo este mercado nacional de artesanías de esferas de vidrio soplado, podría adaptarse y diversificarse según las necesidades que demanda el mercado mundial, es decir, estudiar la forma en cómo se comercializa; ya que, se podría lograr una mayor proyección internacional, adaptándose a los cambios que provoca la globalización en el mercado, sin importar los desafíos, la competencia con países industrializados o transnacionales. Y conocer la gran importancia y potencial que tiene el mercado de artesanías en el comercio exterior de México.

Por esta razón, en el primer capítulo se presenta un acercamiento a la conceptualización de qué es una artesanía; el mercado de artesanías desde su origen, auge y su supuesta decadencia a nivel nacional con proyección internacional, a través de diversos factores: los culturales, los históricos, los cambios sociales y económicos, los apoyos institucionales o gubernamentales para el fomento de su comercialización.

Posteriormente se analiza el mercado de artesanías nacional frente al dinamismo del libre mercado, la protección a nivel nacional como mundial de dicho sector, con el análisis de la exportación de artesanías de Puebla (esferas de vidrio soplado) a nivel global, principalmente a Italia y sus consecuencias, que por último se propone el desarrollo de una propuesta viable para su exportación.

---

<sup>4</sup>Urbeconómica, “*Esferas en Chignahuapan, Pueblo Mágico*”, Dirección URL: [http://urbeconomica.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico](http://urbeconomica.com/index.php?option=com_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico), [consultado durante el año 2016-2017].



Mediante el método de investigación documental (por medio de libros y estudios en comercio exterior, artículos, notas periodísticas, recopilación de información de entrevistas de práctica de campo a talleres de la producción de esferas de vidrio soplado de Chignahuapan, Puebla se desarrollará la presente investigación), con un enfoque analítico-descriptivo, con base en un marco de referencia sobre las generalidades de comercio exterior de México desde los antecedentes para su integra al GATT, es decir, su proceso o transición de contar con una economía proteccionista a ser una altamente abierta.

Posteriormente se analizara desde un análisis histórico general (deductivo) de los años noventa cuando México comienza su apertura en el comercio internacional con su integración a la OCDE, OMC y la negociación del primer Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (TLCAN) y el Tratado de Libre Comercio (TLCUEM) con la Unión Europea.

Desde la recopilación de datos estadísticos, libros y/o noticias, durante el periodo de tiempo del año 2010 al 2015, con un acervo previo general, desde cuándo se presenta la crisis mundial y por ende la afectación al mercado de artesanías mexicano; sus consecuencias, que por último lleva a una posible solución, con la finalidad de:

- Analizar la proyección internacional del mercado de artesanías mexicano a nivel mundial, con un caso exitoso: la exportación de esferas de vidrio como artesanía de la región de Chignahuapan, con miras a diversificar su mercado a Europa (principalmente a Italia).

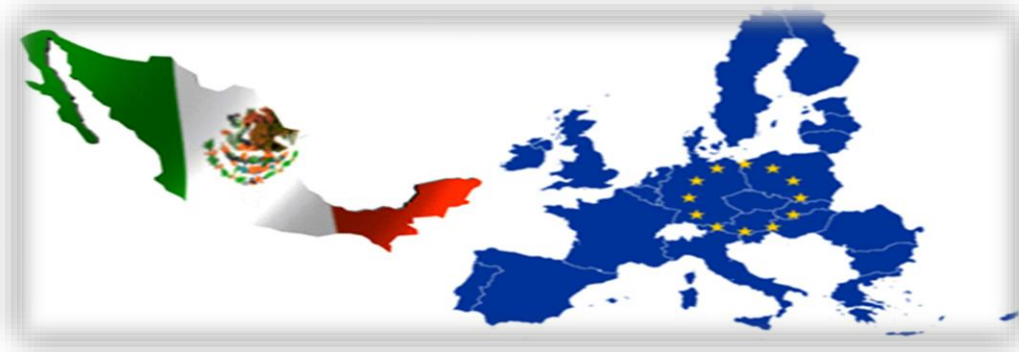
- Proponer una vía efectiva de comercialización del mercado de esferas de vidrio como artesanía mexicana, de Puebla, a nivel internacional, que permita contrarrestar las deficiencias en la exportación de artesanías, para poder lograr un análisis que integre este sector como un actor de desarrollo económico y nacional.

- Elaborar un mecanismo viable y eficaz para la comercialización de artesanías mexicanas a nivel mundial a través del estudio de la exportación de esferas de vidrio artesanales de Chignahuapan a Italia (y su proyección internacional).

Por ende, el principal objeto de estudio del presente trabajo de investigación es el sector de artesanías en el mercado nacional para su proyección internacional. Con la hipótesis de que: los artesanos indígenas son una representación de la identidad mexicana desde la independencia -a pesar de la conquista-, que se ha transmitido de generación en generación, como fuente de sustento de una cultura nacional y del desarrollo del país. Sin embargo, no existe una política de comercialización de este mercado de artesanías viable en la actualidad, que salvaguarde este mercado, ni la nueva forma de hacer artesanías -el nuevo diseño- para lograr el fortalecimiento del mercado interno de México con proyección internacional.

Es de suma importancia que el mercado de artesanías tenga un gran crecimiento a nivel mundial, ya que traería bastantes beneficios económicos tanto a los artesanos, como al mercado nacional y al país. Por ello, es necesario que se ponga en marcha una propuesta viable al alcance del pleno ejercicio de los artesanos mexicanos para salvaguardar su mercado, su economía, forma de vida y la identidad del país; así como la proyección del mercado de artesanías a nivel mundial. Les ayudaría a diversificar su producción al exterior con países de costumbres y tradiciones similares.

Para lograr estos objetivos es sustancial conocer básicamente cómo está conformado geográficamente, políticamente, demográficamente y culturalmente México, Chinaghuapan, la Unión Europea e Italia y su relación entre ellos, en cuestiones geográficas, históricas, culturales, sociales, económicas (la integración de su comercio exterior) y políticas (leyes y normativa del comercio exterior) que se estudian durante toda la investigación.



**Mapa 1. Relación Comercial México-Unión Europea.** \*Tomado de portal web oficial de la Unión Europea, “*La Historia de la Unión europea*”, Comisión europea, Dirección URL: [https://europa.eu/european-union/about-eu/history\\_es/](https://europa.eu/european-union/about-eu/history_es/), [consultado durante el año 2016-2017].

Principalmente se debe recordar que el nombre oficial de México es Estados Unidos Mexicanos, tiene una superficie de 1 964 375 km<sup>2</sup>, por lo que es el decimocuarto país más extenso del mundo y el tercero más grande de América Latina y es el undécimo país más poblado del mundo, con una población estimada de 119 millones de personas en 2015 (según el INEGI), ubicado en la parte meridional de América del Norte.<sup>5</sup>

Limita al norte con los Estados Unidos de América a lo largo de una frontera de 3155 km, mientras que al sur tiene una frontera de 958 km con Guatemala y 276 km con Belice; las costas del país limitan al oeste con el océano Pacífico y al este con el golfo de México y el mar

---

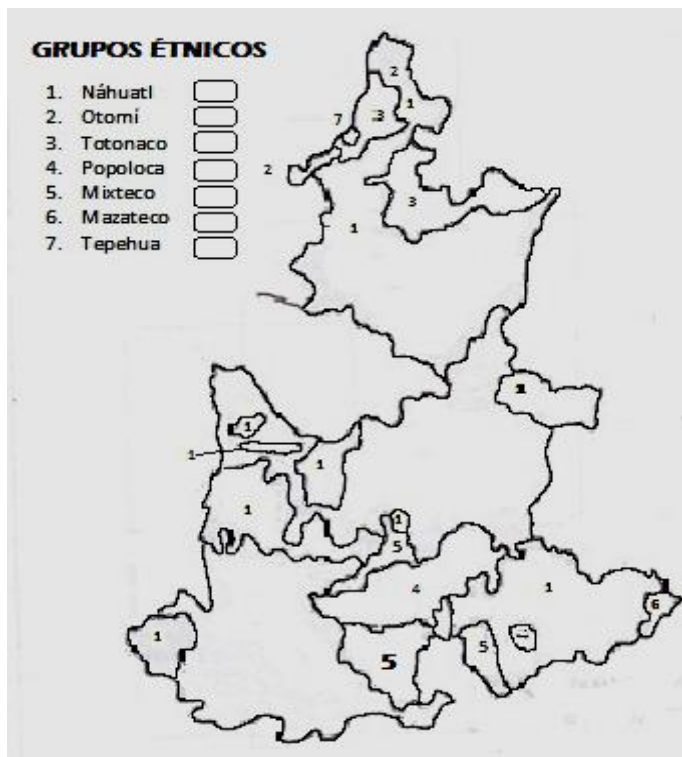
<sup>5</sup>“*Principales resultados de la Encuesta Intercensal 2015 Estados Unidos Mexicanos*”, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), México, 2015, pág. 4.

Caribe, sumando 9 330 km, por lo que es el tercer país americano con mayor longitud de costas. Políticamente es una república democrática, representativa y federal compuesta por 32 entidades federativas (31 estados y la capital, Ciudad de México).<sup>6</sup>

México tiene aproximadamente 62 etnias (o pueblos originarios, pueblos indígenas) y cada una de ellas cuenta con sus características de arte popular, que representan a los diversos estados. El origen de las artesanías mexicanas proviene de las zonas rurales, gracias a que los artesanos se han valido de los recursos naturales de su región, como el barro, vidrio, madera, textiles, talavera, cobre, entre otros para crear sus diseños.<sup>7</sup>

Puebla es uno de esos 31 Estados Federales y en su mayor parte es considerada zona rural, con aproximadamente 7 etnias (Nahuas, Totonacas, Otomi., Popolacas, Mixtecas, Tepehuas, Mazatecos, entre otros) y 217 municipios. Al principio del siglo XX, el estado de Puebla albergaba el 7% de la población de México, es decir, alrededor de 1 millón 300 mil habitantes.<sup>8</sup>

La mayor parte de la población se concentra en Puebla de Zaragoza, capital del estado Puebla. Actualmente con sus más de cinco millones de habitantes, es la quinta entidad federativa más poblada de la República Mexicana, detrás del estado de México, la Ciudad de México, Veracruz y



Mapa 2. Grupos étnicos de Puebla. \*Tomado del Gobierno del Estado de Puebla, "Acerca de Puebla", Dirección URL: <http://www.puebla.gob.mx/>, [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>6</sup>INEGI, "México en cifras", Dirección URL: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/>, [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>7</sup>Forbes México, "México y sus artesanías en el mundo", publicado el 14 de agosto de 2014, Dirección URL: <https://www.forbes.com.mx/mexico-y-sus-artesantias-en-el-mundo/>, [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>8</sup>"Anuario Estadístico del Estado de Puebla", INEGI, Gobierno del Estado de Puebla, México, 1996, pág. 20-22.

Jalisco. El área metropolitana es el espacio donde reside alrededor de un tercio de los poblanos.<sup>9</sup>

La mayor parte de su territorio se compone por sierra y la actividad económica es con base a la agricultura temporal y ganadería por el tipo de clima húmedo y de lluvia temporal, por ende, su población busca diversificar sus oportunidades en cuestiones de elaboración de artesanías, creación de talleres, microempresas de la mano con el sector turístico, para tener un impulso en su crecimiento económico y social.

Por eso es importante que se apoye a estas comunidades que tienen mucho potencial pero que necesitan del impulso desde las raíces del mercado nacional, porque casi toda la zona rural (que según INEGI es el 30%, en 2015)<sup>10</sup> y en situación de pobreza<sup>11</sup> del país, se encuentra en esa lamentable situación. Existen regiones con una baja densidad de población especialmente en las regiones de La Mixteca y el Valle de Tehuacán. Las difíciles condiciones de vida en estas zonas han motivado la expulsión de habitantes, primero hacia las zonas urbanas del centro de México, y más recientemente a Estados Unidos, con lo cual, se pierde la capacidad de la población emprendedora y trabajadora de la región, del mercado nacional y de artesanías.<sup>12</sup>



**Mapa 3. Puebla.** \*Obtenido de *Op. cit.*, Gobierno del Estado de Puebla, Dirección URL: <http://www.puebla.gob.mx/>, [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>9</sup>Gobierno del Estado de Puebla, “*Acerca de Puebla*”, Dirección URL: <http://www.puebla.gob.mx/>, [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>10</sup>*Ibidem.*, INEGI, 2015, pág. 4.

<sup>11</sup>“Mientras que menos del 50% de la población de México vive por debajo del umbral internacional de pobreza fijado por el Banco Mundial, a partir de 2015 el gobierno de México estima que el 38% de la población de México vive en pobreza moderada y el 0.1 % pobreza extrema, lo que lleva a un 42 % de la población total que vive en México bajo la línea de pobreza nacional.” *Ibid.*, INEGI, 2015, pág. 5.

<sup>12</sup>“El estado de Puebla tiene uno de los peores índices de desarrollo humano de México, y ocho de sus municipios se encuentran entre los cien más pobres del país.” Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México, “*Los Municipios de Puebla*”, Secretaría de Gobernación, Gobierno del Estado de Puebla, México, 1988.

En contraste, Puebla es uno de los territorios mexicanos más ricos en cultura y folklore. De sus más de cinco millones de habitantes, al menos el 16% pertenece a los pueblos originarios, de los cuales el 11% preservan su lengua materna, entre ellas náhuatl con sus diferentes variantes, totonaco, popoloca, mazateco, otomí, mixteco y tepehua.<sup>13</sup> Gracias a ello y a la conservación de sus tradiciones, así como a las costumbres y el valor de su historia, es que cinco de los pueblos de Puebla son reconocidos como pueblos mágicos, los cuales han tenido un gran crecimiento económico:

Zacatlán de las Manzanas. -Pueblo que se rodea del bosque que cubre la niebla en un clima frío con campos fértiles de árboles frutales, siendo las manzanas los más característicos y su producción de Cidra de Manzana.

Cuetzalan del Progreso. -Al estar entre los cerros es un pueblo donde los hombres se convierten en pájaro con los danzantes de la Iglesia de San Francisco de Asís. Sus casonas se elevan sobre las calles empinadas en donde también se llevan a cabo los días de plaza y dos ferias importantes, la del Huipil y la del Café. Se distingue por su arquitectura de sierra y sus calles empedradas.

Pahuatlán. - Dentro de la sierra Madre Oriental, cruzando la barranca se encuentra este poblado el cual ha sido mantenido a través del tiempo permitiendo que prevalezcan las tradiciones, los usos y costumbres de su comunidad. Tiene un clima perfecto para las cosechas dentro de las que destaca el aguacate. Además, sus pobladores son los elaboradores del papel amate.

Xicotepec de Juárez. - Entre la Sierra Norte de Puebla, se cubre de cascadas y árboles de frutas tropicales, plantas medicinales y el perfume inconfundible del café que se cultiva en sus fértiles tierras.

Chignahuapan. - Región de talleres de esferas de vidrio soplado, dedicada a cultivar el maguey, a producir aguamiel y el tradicional pulque. En esta región se centrará principalmente esta investigación.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup>*Principales resultados por localidad 2010 (ITER)- Puebla*, INEGI, Gobierno del Estado de Puebla, México, 2010.

<sup>14</sup>Estos datos fueron tomados del sitio web Lamudi México, “*Pueblos Mágicos*”, publicado el 28 de julio de 2015, Dirección URL: <http://www.lamudi.com.mx/journal/5-pueblos-magicos-que-visitar-viviendo-en-puebla/>, [consultado durante el año de 2016-2017].

Gracias a ello, sus tradiciones sus nuevas generaciones se adaptan no solo a las necesidades nacionales sino a las oportunidades mundiales y la liberalización del mercado, sin olvidar sus raíces y que la cultura también es un impulso en el desarrollo, así buscan ser como un ente *Paraestatal*<sup>15</sup>; para diversificar su comercio y su economía por medio de exportación de sus mercancías -con base a Tratados de Libre Comercio Internacionales-, a nuevos bloques económicos, con miras en la Unión Europea.

Creada por el Tratado de Maastricht en 1992 a partir de la Comunidad Económica Europea, la Unión Europea es una organización que consta de veintiocho estados miembros.<sup>16</sup> Tiene una superficie de 4 376 780 km<sup>2</sup> (ocupa el puesto séptimo en el

mundo, tras Australia y por delante de la India). Se extiende desde el paralelo 35 norte en el Mediterráneo hasta más allá del círculo polar ártico en Escandinavia, y desde el océano Atlántico al oeste hasta el meridiano 30 este. Está limitada al sur con el mar Mediterráneo, excepto en los Balcanes occidentales (con los que es frontera Croacia, un Estado miembro). En el norte, está bordeada por el mar Báltico (al que incluye), el mar del Norte y el norte del océano Atlántico. La Unión Europea también tiene territorios de ultramar como regiones ultraperiféricas. Posee algunos territorios en el continente americano (la Guayana francesa,



**Mapa 4. Chignahuapan.** \*Tomado de Lamudi México, “Pueblos Mágicos”, publicado el 28 de julio de 2015, Dirección URL: <http://www.lamudi.com.mx/journal/5-pueblos-magicos-que-visitar-viviendo-en-puebla/>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>15</sup>“La calidad de paraestatal es dicha de una institución, de un organismo, centro, compañía, empresa, organización, asociación o agencia que coopera a los fines del Estado sin formar parte de la Administración Pública Centralizada. Es decir, sus propósitos y resultados políticos, sociales y económicos emanan de un ente que goza de mayor autonomía que la que tienen los órganos centralizados.” Concepto tomado del diccionario Real Academia Española, “Paraestatal”, Dirección URL: <http://www.rae.es/>, [Consultado el 22 de julio del 2017].

<sup>16</sup>“Compuesta inicialmente por seis países de Europa occidental (1957: Bélgica, Francia, Italia, Alemania, Luxemburgo y los Países Bajos), la Unión Europea se ha ampliado gradualmente al norte (1973: Dinamarca e Irlanda; 1995: Austria, Finlandia y Suecia), al sur (1981: Grecia, 1986: España y Portugal; 2004: Chipre y Malta), y finalmente hacia el este (2004: Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Polonia, República Checa y Eslovaquia; en 2007: Bulgaria y Rumanía. Esta extensión no se ha completado porque otros estados están en proceso de adhesión: Albania, Islandia, Macedonia, Montenegro, Serbia y Turquía.” Portal web oficial de la Unión Europea, “La Historia de la Unión europea”, Comisión europea, Dirección URL: [https://europa.eu/european-union/about-eu/history\\_es/](https://europa.eu/european-union/about-eu/history_es/), [Consultado durante el año 2016-2017].

Martinica y Guadalupe); en el océano Índico (la isla de Reunión); y en el continente africano (con las islas portuguesas y españolas). No tiene capital oficial, sino si varias sedes institucionales (Bruselas es conocida como la capital de facto ya que la mayoría de las instituciones tienen allí su sede).<sup>17</sup>

Italia es una república democrática y soberana. Es miembro fundador de la Unión Europea, firmante del Tratado de Roma en 1957. También es miembro fundador de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN) y miembro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, de la Organización Mundial del Comercio, del Consejo de Europa y de la Unión Europea Occidental. De igual manera Italia, forma parte del G8 o grupo de las ocho naciones más industrializadas del mundo y es un país desarrollado con una calidad de vida alta, encontrándose en 2005 entre las ocho primeras del mundo. Es el país número 26º (informe 2016) en materia de alto índice de desarrollo humano por delante de España y República Checa y por detrás de Eslovenia.<sup>18</sup>

Es un país bicontinental; su territorio está en Europa del Sur y posee varias islas en el norte de África; su territorio europeo (99,97 %) lo conforman la península itálica, el valle del Po y dos grandes islas en el mar Mediterráneo: Sicilia y Cerdeña, mientras que el territorio africano (0.03 %) lo conforman las islas de Lampedusa, Lampione y Pantelaria. En el norte está bordeado por los Alpes, donde limita con Francia, Suiza, Austria y Eslovenia. Ha sido el hogar de muchas culturas europeas como la civilización de Nuraga, los etruscos, los griegos y los romanos; fue la cuna del Humanismo y del Renacimiento, que se extendió por toda Europa. Además, el significado cultural del país se refleja en todos sus Patrimonios de la Humanidad, ya que tiene 51, el país con mayor número del mundo. Es el tercer país de la Unión Europea que más turistas recibe por año, siendo Roma la tercera ciudad más visitada.<sup>19</sup>

La capital de Italia, Roma, ha sido durante siglos el centro político y cultural de la civilización occidental, es la ciudad santa para la Iglesia católica, por el microestado del Vaticano. El país, y especialmente Roma, tiene una fuerte repercusión en temas de política y cultura, en organizaciones mundiales como la Organización para la Agricultura y la

---

<sup>17</sup>*Ibidem.*, UE, Dirección URL: [https://europa.eu/european-union/about-eu/history\\_es/](https://europa.eu/european-union/about-eu/history_es/), [Consultado durante el año 2016-2017].

<sup>18</sup>Embajada de Italia en México, "Italia", Dirección URL [http://www.ambcittadelmessico.esteri.it/ambasciata\\_cittadelmessico/es/](http://www.ambcittadelmessico.esteri.it/ambasciata_cittadelmessico/es/), [Consultado durante el año 2016-2017].

<sup>19</sup>Portal Web Oficial de Turismo de Italia, Turismo.org., Dirección URL: <http://www.italia.it/es/home.html/>, [Consultado durante el año 2016-2017].

Alimentación (FAO), el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (IFAD), el Global Forum, o el Programa Mundial de Alimentos (WFP).<sup>20</sup>

Para México es muy importante impulsar su mercado interno, al respecto Italia puede ser un gran socio comercial con características similares en: geografía, historia, cultura y cuestiones sociales con una fuerte experiencia en las relaciones internacionales, de economía y de desarrollo comercial, de acuerdo a las necesidades que de manda el mercado por el nuevo orden económico que desmembró la liberación del mercado.

A lo largo de la presente investigación, por cuestiones de contenido más claro y causas más detalladas se desarrollarán las semejanzas o diferencias de la geografía, historia, cultura, formas de comercio y mercado, relacionado a lo ya mencionado; comenzando por un marco de referencia histórico de la liberalización del mercado, generalidades de comercio exterior de México hasta la actualidad y TLCUEM.

### **Marco de referencia: generalidades de comercio exterior en México y TLCUEM**

Los artesanos indígenas son una representación de la identidad y cultura mexicana desde la independencia a pesar de la conquista, conforman la creación y composición del Estado-Nación Mexicano, así como de su desarrollo social, político y económico. Desde tiempos remotos los artesanos se consideran parte de la estructura tanto del comercio interno como del comercio exterior de México, desde inicios de la actividad económica con el método de trueque y oficios de autoconsumo.

México se consideraba principalmente como un productor de materias primas y manufactura, que se vendían en los mercados internacionales para abastecer a los centros industrializados (dueños de tecnología, maquinaria y de igual manera productores de manufactura). Sin embargo esto cambió, cuando al fin de la Segunda Guerra Mundial surgen nuevos sistemas comerciales, económicos, políticos y actores en el área económica jurídica global, [estos nuevos sistemas fueron: la Organización para la Cooperación y desarrollo

---

<sup>20</sup>Op.cit., Embajada de Italia en México, Dirección URL [http://www.ambcittadelmessico.esteri.it/ambasciata\\_cittadelmessico/es/](http://www.ambcittadelmessico.esteri.it/ambasciata_cittadelmessico/es/), [Consultado durante el año 2016-2017].



Económicos (OCDE, 1961), la Unión Europea (UE, 1993) y la Organización Mundial del Comercio (OMC, 1995)]<sup>21</sup>.

En los 80s, México se ve un tanto desfavorecido en sus exportaciones; y viene una crisis en la exportación de materias primas, por ser un mercado codependiente solo de estas exportaciones y del petróleo, ya que generaban:

- Fluctuaciones constantes de sus precios internacionales, por virtud de su inestabilidad (la tendencia a la baja).

- Deterioro persistente de la relación de precios de intercambio.

- Competencia desleal de los productos sintéticos, sustitutivos de las materias primas naturales.

- La existencia de un mercado monopólico manejado por grandes corporaciones transnacionales.

- Las elevaciones de los costos de producción de materias primas, frente a la inestabilidad de sus precios externos.

- El ahorro de materias primas como fruto de las nuevas tecnologías.<sup>22</sup>

Estas problemáticas desfavorecieron a México en los acuerdos internacionales sobre el mercado de materias primas. Los principales productos afectados fueron la exportación de algodón, café y hortalizas (como el tomate).

La política comercial de México, en el siglo XX, se dividió en dos fases: de 1940-1982 (con un enfoque proteccionista), y de 1985 a la fecha, caracterizado por la transición al libre mercado. Puede afirmarse que de 1940 hasta aproximadamente 1980 la meta de los diferentes gobiernos fue fomentar a toda costa las exportaciones, como forma de alentar el desarrollo de la industria y la actividad económica en general.<sup>23</sup>

La sustitución de importaciones se fue dando poco a poco, primero fueron los productos de consumo, luego los bienes intermedios (ensambles de partes), bienes de capital (como obtener maquinaria para generar una propia). Esta modernización presentó limitaciones de escasez de mercados y tecnología, por falta de financiamiento en los costos de producción.

---

<sup>21</sup>A grandes rasgos, "la OMC, constituye los bienes, servicios e inversiones del comercio mundial; la UE, es una organización surgida de la integración política y económica de los países de la Europa Occidental; la OCDE es un foro de estudio, asesoría e impulso al desarrollo." Rodolfo Cruz Miramontes, Las Relaciones Comerciales Multilaterales de México y el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, Méx., 2003, pág. 1.

<sup>22</sup>Datos obtenidos de Arturo Ortiz Wadgymar, Introducción al Comercio Exterior, Ed. Nuestro tiempo, México, 1993, pp. 85-100.

<sup>23</sup>Arturo Ortiz Wadgymar, México en Ruinas: el impacto del libre comercio, UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas, 2010, pág. 87.

La presión de Estados Unidos se hizo presente en este modelo económico de México para integrarse a un modelo económico abierto y capitalista. En este año, 1940 se inició una redefinición del modelo dependiente bajo las nuevas modalidades que asumen las relaciones México-Estados Unidos.<sup>24</sup>

Así, para el año 1978, México inició su proceso de apertura comercial como miembro del Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT)<sup>25</sup> por presión del mercado de Estados Unidos y sus condiciones. Y finalmente se integra en 1986.

Posteriormente se integró a la Organización Mundial del Comercio (OMC) y a la OCDE, en 1990; aunado con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte-, México pasa ser de una economía cerrada a una altamente abierta, inicio un progreso acelerado teniendo mayor participación en el comercio exterior.<sup>26</sup>

Es decir, fue una etapa crucial, en el auge y desarrollo nacional de Comercio Exterior de México; partiendo desde que México formo parte del GATT<sup>27</sup> y posteriormente de la OMC, pasando de ser una economía proteccionista a una altamente abierta.

El GATT, posteriormente OMC, se constituyó para garantizar un comercio justo y leal, sancionando prácticas desleales, como el *dumping*<sup>28</sup>, o generar medidas preventivas como los aranceles y legitimidad de precios, creándose así un Comité del Código Antidumping, institucionalizándose hasta 1993, bajo la ley de Comercio Exterior.<sup>29</sup> Por otra parte, para 1994, los beneficios económicos y políticos que traería su ingreso de México a la OCDE serían:

- La adopción de compromisos respecto a estándares internacionales garantizando los avances en materia económica
- El intercambio de experiencias en el diseño de políticas con otros países miembros.
- Medio para alinear a México como país industrializado.
- Sobresalir dentro de los países en desarrollo
- Favorecer flujos de inversión y comercio

---

<sup>24</sup>*Ibidem*, 2010, pág. 94.

<sup>25</sup>Organización Mundial de Comercio Exterior (OMC), Dirección URL: [http://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/gatt\\_s/gatt\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/gatt_s/gatt_s.htm), [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>26</sup>Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y comercio (GATT), para un comercio justo. *Op. cit.*, 2010, pág.111.

<sup>27</sup>*Ibidem.*, OMC, Dirección URL: [http://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/gatt\\_s/gatt\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/gatt_s/gatt_s.htm), [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>28</sup>"(...) alteración de los precios como una "suma de insumo", bien porque el vendedor haya disminuido el mismo o bien por que haya recibido un subsidio o ayuda especial (no permitido) (...)" *Ibidem.*, 2003, pág. 52.

<sup>29</sup>*Op. cit.*, 2010, pág. 112.

-Disminuir para México el grado de riesgo/ país para créditos internacionales.

-Confirmar ante gobiernos y sociedad extranjera, la permanencia y seriedad de la política económica actual.<sup>30</sup>

Estos beneficios también partieron de la idea de que México al ser un país en vías de desarrollo y tener mayor contacto con países industrializados, lograría un mayor impulso en la tecnología, en la industria; logrando un despegue en las relaciones comerciales con el exterior, es decir se obtendrían mayores exportaciones (sin embargo, en la balanza comercial mostrada de la pagina 20 a la 23 del año 2010 al 2015 se observa que esto no ha sido así, más bien ha desarrollado un déficit por el alto índice de importaciones).

Por otro parte en esa época, se recomendaba tener cautela, ya que, se perdería la fraternidad con los países en vías de desarrollo, se fomentaría la competencia desleal, en lugar de fomentar una relación comercial paralela. Al adherirse México a la OCDE, perdió el estatus de nación en vías de desarrollo y voluntariamente renuncia a los fondos de apoyo de países desarrollados.

Aunado a ello, un año antes, se reformó la ley de comercio exterior, que tuvo como objetivo regular, promover y adecuar el comercio exterior a la integración de la economía mundial, tomando como base los acuerdos y convenios internacionales tanto firmados como por firmar.<sup>31</sup>

Posteriormente, comenzó una era de Tratados de Libre Comercio, siendo el primero: el Tratado de Libre Comercio con Estado Unidos y Canadá (TLCAN). El tratado de Libre comercio de América del Norte entró en vigor el primero de enero de 1994, y constituye una pieza clave en la era de la globalización mundial.<sup>32</sup>

México ganó terreno en el mercado de Estados Unidos (E.U), pero esto cambió de dirección cuando China ingresa a la OMC; los menores precios de sus productos restaron el liderazgo de México como socio número uno de E.U. El auge de la apertura de China implicó una penetración significativa y acelerada en los mercados vulnerables, el peso de las

---

<sup>30</sup>Datados obtenidos de *Ibid.*, 2003, pág. 41.

<sup>31</sup>*Ibidem.*, México en Ruinas: el impacto del libre comercio, 2010, pág. 112.

<sup>32</sup>*Op. cit.*, Las Relaciones Comerciales Multilaterales de México y el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2003, prologo.

exportaciones creció considerablemente representando el 4% a nivel mundial, convirtiendo a este país en la tercera economía mundial.<sup>33</sup>

El proceso de evolución de China, ha estado marcado por diferentes etapas o períodos en el desarrollo económico de las reformas iniciadas en 1978, con las cuales pasa de ser una economía completamente cerrada a un modelo semi-abierto, ya que, el eje rector de ello no deja de ser el Estado.<sup>34</sup> México podría obtener de igual manera beneficios con un modelo económico semi-abierto, donde se protegiera adecuadamente su mercado nacional con auge internacional, con base a las necesidades que demanda el mercado mundial.

Pero actualmente, con la gran cantidad de Tratados de Libre Mercado con lo que cuenta México, hoy en día, es una de las economías más abiertas del mundo. Hasta 2015, México contaba con 12 Tratados de Libre Comercio, con Estados Unidos y Canadá (TLCAN, en 1994), con casi con todo los países de América Latina:, Colombia y Venezuela (Grupo de los 3, 1994), Costa Rica (1995), Bolivia (1995), Nicaragua (1998), Uruguay (1999), con la República de Chile (que entró en vigor en 1999), Guatemala, El Salvador y Honduras(acuerdo multilateral, 2000), Panamá(2000), Ecuador(2000), Perú(2000), Argentina, Brasil, Paraguay, también con Israel (2000), la Unión Europea (2001), Japón (2004), Panamá (2014).<sup>35</sup>

Es cierto que el TLCAN les dio un gran giro a las relaciones comerciales de México con la comunidad internacional, pero sin una planeación estratégica solida con base a la realidad, sin apoyar a microempresarios, se contrae menos beneficios. En la tabla I (de la página 19 a

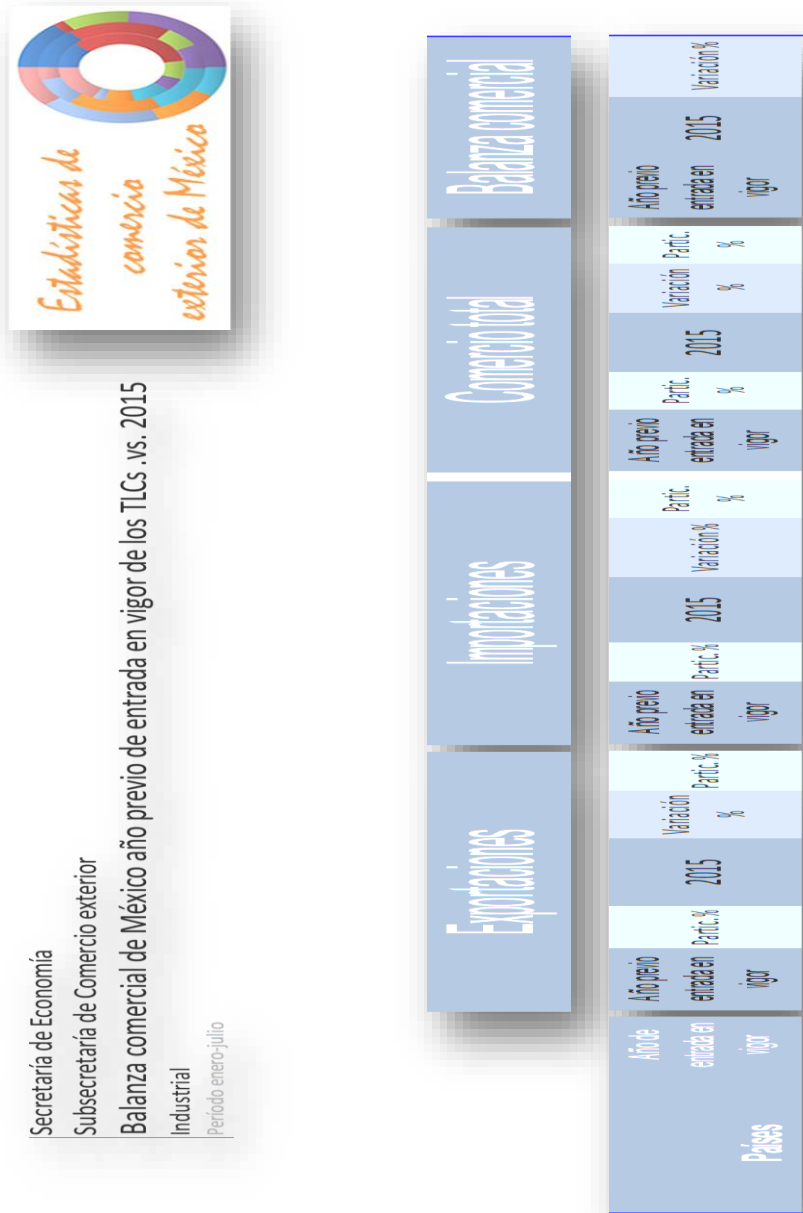
---

<sup>33</sup>La evolución económica de China en los últimos años se ha medido por la rapidez del crecimiento y el hecho de que la tasa de crecimiento promedio del Producto Interno Bruto de China haya estado situada alrededor de casi un 10%, con repercusión en el crecimiento económico mundial (cifra del año 2005). China se presenta ante el mercado nacional y de artesanías como un fuerte competidor dicha situación ha provocado que el mercado nacional de artesanías tenga graves afectaciones. Pero ciertamente, no por causa de su crecimiento, sino porque la legislación comercial mexicana no genera las oportunidades o los beneficios al mercado interno para su proyección internacional." Gladys Hernández, "*La expansión de China y su impacto en la economía de América Latina y el Caribe*", Anuales de la 36ª Asamblea General de ALIDE, Centro de Investigaciones de la Economía Mundial (CIEM), Cuba, pág. 1.

<sup>34</sup>Los factores del crecimiento de China son las elevadas tasas de ahorro; el costo de oportunidad relacionado con su mano de obra barata; las reformas de apertura en el sector externo y el auge de las exportaciones chinas; el atractivo que representa el mercado chino para la inversión extranjera directa." *Op. cit.*, 36ª Asamblea General de ALIDE, pág.1.

<sup>35</sup>Arturo Ortiz Wadgyr, Comercio Exterior de México en el siglo XX, Porrúa, México, 2001, pág. 2.

la 22)<sup>36</sup> se observa la balanza comercial, referente a exportaciones como importaciones de México al entrar en vigor cada Tratado de Libre Comercio hasta el año 2015:



36Tabla obtenida de la Secretaría de Economía (SE), Dirección URL: <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria>, [consultado durante el año 2016].

Países	Año de entrada en vigor	Exportaciones					Importaciones					Comercio total					Balanza comercial		
		Año previo entrada en vigor	Partic. %	2015	Variación %	Partic. %	Año previo entrada en vigor	Partic. %	2015	Variación %	Partic. %	Año previo entrada en vigor	Partic. %	2015	Variación %	Partic. %	Año previo entrada en vigor	2015	Variación %
<b>TOTAL</b>	1994	26,391.3	100.0	204,127.2	673.5	100.0	33,635.8	100.0	212,873.3	532.9	100.0	60,027.0	100.0	417,000.0	594.7	100.0	-7,244.4	-8,746.1	20.7
<b>CON TLC</b>	1994	24,980.5	94.7	189,268.8	657.7	92.7	30,664.8	91.2	140,791.1	359.1	66.1	55,645.0	92.7	330,060.0	493.2	79.2	-5,684.3	48,477.7	-952.8
<b>TLCAN</b>	1994	22,281.7	84.4	170,760.2	666.4	83.7	24,005.9	71.4	102,854.9	328.5	48.3	46,288.0	77.1	273,615.0	491.1	65.6	-1,724.2	67,905.4	-4,038.3
Estados Unidos	1994	21,474.9	81.4	164,826.4	667.5	80.7	23,508.6	69.9	98,255.4	318.0	46.2	44,983.0	74.9	263,082.0	484.8	63.1	-2,033.7	66,571.0	-3,373.4
Canadá	1994	806.8	3.1	5,933.8	635.5	2.9	497.4	1.5	4,599.5	824.8	2.2	1,304.0	2.2	10,533.0	707.7	2.5	309.5	1,334.3	331.2
<b>Triángulo del Norte</b>	2001	517.4	0.6	1,402.6	171.1	0.7	47.4	0.1	396.2	736.7	0.2	565.0	0.9	1,799.0	218.4	0.4	470.1	1,006.4	114.1
El Salvador	2001	155.0	0.2	297.6	92.0	0.1	8.0	0.0	71.7	793.4	0.0	163.0	0.3	369.0	126.4	0.1	146.9	225.9	53.7
Guatemala	2001	287.8	0.3	845.8	193.9	0.4	35.5	0.0	135.8	282.8	0.1	323.0	0.5	982.0	204.0	0.2	252.3	710.0	181.4
Honduras	2001	74.7	0.1	259.3	247.0	0.1	3.9	0.0	188.8	4,779.6	0.1	79.0	0.1	448.0	467.1	0.1	70.9	70.5	-0.5

<b>TLCUEM 28</b>	2000	<b>2,958.0</b>	4.2	<b>10,464.9</b>	253.8	5.1	<b>7,108.1</b>	9.8	<b>24,549.9</b>	245.4	11.5	<b>10,066.0</b>	16.8	<b>35,015.0</b>	247.9	8.4	<b>-4,150.2</b>	<b>-14,085.0</b>	239.4
Alemania	2000	1,434.1	2.1	2,114.1	47.4	1.0	2,879.2	4.0	8,069.9	180.3	3.8	4,313.0	7.2	10,184.0	136.1	2.4	-1,445.1	-5,955.8	312.1
Austria	2000	8.9	0.0	131.4	1,380.8	0.1	94.4	0.1	594.3	529.7	0.3	103.0	0.2	726.0	604.9	0.2	-85.5	-462.9	441.4
Bélgica	2000	119.4	0.2	846.0	608.8	0.4	169.3	0.2	631.6	273.0	0.3	289.0	0.5	1,478.0	411.4	0.4	-50.0	214.4	-529.2
Bulgaria	2000	1.8	0.0	8.0	341.2	0.0	6.3	0.0	28.4	353.0	0.0	8.0	0.0	36.0	350.0	0.0	-4.5	-20.4	357.8
Chipre	2000	1.5	0.0	7.6	413.5	0.0	0.2	0.0	2.1	880.6	0.0	2.0	0.0	10.0	400.0	0.0	1.3	5.5	336.0
Croacia	2000	0.4	0.0	8.4	2,205.4	0.0	1.7	0.0	15.6	827.3	0.0	2.0	0.0	24.0	1,100.0	0.0	-1.3	-7.2	445.5
Dinamarca	2000	7.2	0.0	91.9	1,174.4	0.0	55.6	0.1	253.0	354.9	0.1	63.0	0.1	345.0	447.6	0.1	-48.4	-161.1	232.8
Eslovenia	2000	0.5	0.0	7.4	1,483.5	0.0	10.9	0.0	64.5	490.5	0.0	11.0	0.0	72.0	554.5	0.0	-10.5	-57.1	445.9
España	2000	405.3	0.6	2,224.6	448.9	1.1	698.5	1.0	2,480.4	255.1	1.2	1,104.0	1.8	4,705.0	326.2	1.1	-293.2	-255.8	-12.8
Estonia	2000	0.0	0.0	4.5	43,895.2	0.0	0.4	0.0	56.3	14,850.1	0.0	0.0	0.0	61.0	0.0	0.0	-0.4	-51.8	14,045.7
Finlandia	2000	4.0	0.0	61.9	1,438.4	0.0	75.4	0.1	284.0	276.5	0.1	79.0	0.1	346.0	338.0	0.1	-71.4	-222.1	211.0
Francia	2000	144.2	0.2	1,184.3	721.4	0.6	762.5	1.1	2,051.9	169.1	1.0	907.0	1.5	3,236.0	256.8	0.8	-618.3	-867.6	40.3
Grecia	2000	2.9	0.0	6.5	121.5	0.0	3.1	0.0	124.7	3,912.6	0.1	6.0	0.0	131.0	2,083.3	0.0	-0.2	-118.1	75,290.1
Hungría	2000	105.5	0.2	125.5	18.9	0.1	59.5	0.1	567.8	853.6	0.3	165.0	0.3	693.0	320.0	0.2	46.0	-442.3	-1,061.3
Irlanda	2000	19.9	0.0	136.7	587.7	0.1	157.7	0.2	801.5	408.1	0.4	178.0	0.3	938.0	427.0	0.2	-137.8	-664.7	382.2
Italia	2000	83.7	0.1	859.5	927.0	0.4	949.1	1.3	2,841.1	199.3	1.3	1,033.0	1.7	3,701.0	258.3	0.9	-865.4	-1,981.5	129.0
Letonia	2000	0.0	0.0	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	-2.6	0.0
Lituania	2000	0.1	0.0	29.3	43,664.4	0.0	0.1	0.0	17.4	25,235.1	0.0	0.0	0.0	47.0	0.0	0.0	-0.0	12.0	-755,794.7
Luxemburgo	2000	3.4	0.0	75.5	2,112.1	0.0	5.4	0.0	44.8	730.7	0.0	9.0	0.0	120.0	1,233.3	0.0	-2.0	30.7	-1,655.1
Malta	2000	1.1	0.0	6.1	470.4	0.0	5.2	0.0	47.5	812.4	0.0	6.0	0.0	54.0	800.0	0.0	-4.1	-41.4	900.2
Países Bajos	2000	216.5	0.3	993.4	358.8	0.5	151.1	0.2	1,836.1	1,115.3	0.9	368.0	0.6	2,829.0	668.8	0.7	65.4	-842.7	-1,387.9
Polonia	2000	5.0	0.0	161.6	3,129.8	0.1	7.7	0.0	640.0	8,197.8	0.3	13.0	0.0	802.0	6,069.2	0.2	-2.7	-478.4	17,559.6
Portugal	2000	72.9	0.1	139.4	91.3	0.1	27.3	0.0	252.0	822.8	0.1	100.0	0.2	391.0	291.0	0.1	45.6	-112.7	-347.3
Reino Unido	2000	310.8	0.4	967.3	211.2	0.5	626.4	0.9	1,291.4	106.2	0.6	937.0	1.6	2,259.0	141.1	0.5	-315.6	-324.1	2.7
República Checa	2000	0.0	0.0	91.0	0.0	0.0	0.0	0.0	630.1	0.0	0.3	0.0	0.0	721.0	0.0	0.2	0.0	-539.1	0.0

Colombia	1995	169.5	0.6	1,985.7	1,071.6	1.0	57.1	0.1	477.8	737.1	0.2	227.0	0.4	2,463.0	985.0	0.6	112.4	1,507.9	1,241.4
Venezuela <sup>n</sup>	1995	99.3	0.3	623.1	527.3	0.3	130.8	0.3	51.1	-60.9	0.0	230.0	0.4	674.0	193.0	0.2	-31.5	572.0	-1,915.9
Costa Rica	1995	50.4	0.2	485.3	862.8	0.2	7.6	0.0	252.1	3,238.5	0.1	58.0	0.1	737.0	1,170.7	0.2	42.9	233.2	444.2
Bolivia	1995	7.5	0.0	100.1	1,236.8	0.0	9.7	0.0	16.5	69.2	0.0	17.0	0.0	117.0	588.2	0.0	-2.3	83.6	-3,809.0
Nicaragua	1998	47.7	0.1	516.5	983.6	0.3	0.6	0.0	234.7	39,606.5	0.1	48.0	0.1	751.0	1,464.6	0.2	47.1	281.8	498.6
Chile	1999	478.0	0.8	968.6	102.7	0.5	257.4	0.4	472.7	83.7	0.2	735.0	1.2	1,441.0	96.1	0.3	220.6	495.9	124.8
Israel	2000	19.2	0.0	81.0	321.2	0.0	76.6	0.1	371.7	385.5	0.2	96.0	0.2	453.0	371.9	0.1	-57.3	-290.7	407.1
Uruguay	2004	13.6	0.0	133.3	878.5	0.1	26.6	0.0	130.9	391.3	0.1	40.0	0.1	264.0	560.0	0.1	-13.0	2.4	-118.5
Japón	2005	477.9	0.5	1,246.4	160.8	0.6	5,368.2	5.4	9,956.8	85.5	4.7	5,846.0	9.7	11,203.0	91.6	2.7	-4,890.2	-8,710.3	78.1
<b>SIN TLC</b>	1994	624.3	2.4	10,942.9	1,652.9	5.4	1,732.4	5.2	53,934.7	3,013.2	25.3	2,357.0	3.9	64,878.0	2,652.6	15.6	-1,108.1	-42,991.8	3,779.6
Argentina	1994	116.6	0.4	939.3	705.5	0.5	57.7	0.2	522.6	806.0	0.2	174.0	0.3	1,462.0	740.2	0.4	58.9	416.7	607.2
Brasil	1994	183.5	0.7	2,525.4	1,276.5	1.2	704.9	2.1	2,419.1	243.2	1.1	888.0	1.5	4,944.0	456.8	1.2	-521.4	106.3	-120.4
Perú	1994	56.0	0.2	883.3	1,477.5	0.4	85.8	0.3	402.5	368.9	0.2	142.0	0.2	1,286.0	805.6	0.3	-29.8	480.8	-1,711.0
Ecuador	1994	31.7	0.1	330.2	943.0	0.2	14.0	0.0	28.2	100.8	0.0	46.0	0.1	358.0	678.3	0.1	17.6	302.0	1,613.7
Cuba	1994	39.1	0.1	159.8	308.2	0.1	1.6	0.0	5.3	225.5	0.0	41.0	0.1	165.0	302.4	0.0	37.5	154.5	311.8
Corea	1994	19.3	0.1	1,515.8	7,767.4	0.7	453.9	1.3	8,446.0	1,761.0	4.0	473.0	0.8	9,962.0	2,006.1	2.4	-434.6	-6,930.2	1,494.7
Singapur	1994	60.3	0.2	305.0	406.0	0.1	104.4	0.3	754.5	622.7	0.4	165.0	0.3	1,059.0	541.8	0.3	-44.1	-449.5	918.6
Panamá	1994	82.4	0.3	576.8	600.2	0.3	32.9	0.1	75.2	128.5	0.0	115.0	0.2	652.0	467.0	0.2	49.5	501.5	914.1
China	1995	19.9	0.1	2,665.6	13,322.9	1.3	224.4	0.6	38,865.1	17,217.6	18.3	244.0	0.4	41,531.0	16,921.0	10.0	-204.6	-36,199.5	17,595.6
India	1995	35.4	0.1	1,041.8	2,840.3	0.5	71.0	0.2	2,416.2	3,305.2	1.1	106.0	0.2	3,458.0	3,162.3	0.8	-35.5	-1,374.4	3,768.9
Resto del Mundo	1995	509.8	1.7	3,292.4	545.9	1.6	1,598.0	4.0	18,096.4	1,032.5	8.5	2,108.0	3.5	21,389.0	914.7	5.1	-1,088.2	-14,804.0	1,260.4

Valor Fuente: SAT, SE, BANXICO, INEGI. Balanza Comercial de Mercancías de México 1994 - 2015. SNEG. Información de Interés Nacional.

/1 A partir de 2007 Venezuela deja de pertenecer al G3, se presenta la información por separado para fines de comparación histórica



Se observa que la participación de México, en las importaciones aumentó y en las exportaciones se mantiene igual o disminuye en el mercado mundial, a partir de los Tratados de Libre Comercio al 2015. Esto indica que la mayoría de las veces se ha presentado un déficit en la balanza comercial la mayoría de los años. En la tabla II (de la página 23 a la 26)<sup>37</sup> se observa un análisis, más detallado, de las exportaciones de México de 1994 hasta 2015:



Secretaría de Economía  
Subsecretaría de Comercio exterior  
**Exportaciones Totales de México**  
Valor en millones de dólares

Acumulado Enero - Julio		2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	1994	1993	1992	1991	1990	
Países		209877	233013	244658	253405	264065	274859	285899	297005	308399	320095	332095	344395	356895	369595	382495	395495	408595	421795	435095	448495	461995	475595	489295	503095	516995	530995	
TOTAL		209877	233013	244658	253405	264065	274859	285899	297005	308399	320095	332095	344395	356895	369595	382495	395495	408595	421795	435095	448495	461995	475595	489295	503095	516995	530995	
EUROPEA		104938	116506	122329	126702	130632	134119	137199	140005	142599	144995	147195	149195	150995	152595	153995	155295	156495	157595	158595	159495	160295	160995	161595	162095	162495	162895	163295
ASIA/PACÍFICO		104938	116506	122329	126702	130632	134119	137199	140005	142599	144995	147195	149195	150995	152595	153995	155295	156495	157595	158595	159495	160295	160995	161595	162095	162495	162895	163295
OTROS PAÍSES		99961	109997	119999	129999	139999	149999	159999	169999	179999	189999	199999	209999	219999	229999	239999	249999	259999	269999	279999	289999	299999	309999	319999	329999	339999	349999	359999

<sup>37</sup> *Ibidem.*, SE, Dirección URL: <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria>, [consultada durante el año 2016].

ALAD	1,016.2	927.8	1,945.6	2,188.8	2,314.4	2,040.2	1,333.3	1,553.7	1,884.7	1,842.5	1,548.7	2,263.8	3,084.2	4,420.7	5,961.2	8,084.2	5,122.9	8,220.3	10,592.5	12,639.2	11,600.0	10,626.6	9,287.2
Argentina	119.8	146.4	197.2	288.5	327.1	211.9	142.1	151.5	153.9	65.8	95.7	278.3	310.7	500.8	628.1	818.8	562.4	874.9	1,202.5	1,079.9	1,086.7	749.3	954.3
Bolivia	5.3	7.5	13.0	12.5	16.6	17.5	17.3	15.3	14.8	11.2	13.1	20.0	20.1	19.8	24.6	58.1	33.8	53.6	66.1	97.5	110.5	135.4	106.5
Brasil	188.3	172.6	530.7	488.7	455.8	340.2	207.1	263.5	401.1	382.0	362.3	481.1	517.5	644.4	1,057.3	1,875.5	1,165.0	2,051.4	2,460.5	3,597.9	3,008.1	2,875.7	2,577.5
Colombia	140.9	174.3	251.7	251.7	271.6	294.5	200.7	241.6	326.7	383.0	380.1	430.7	687.2	1,119.5	1,589.7	1,709.4	1,375.5	2,008.2	3,114.6	3,432.2	2,770.5	2,607.6	2,064.4
Chile	110.4	114.7	280.8	429.8	442.9	415.4	209.8	233.9	236.1	183.9	200.4	248.3	335.9	488.4	626.3	939.3	461.1	1,090.1	1,164.3	1,294.8	1,275.0	1,284.4	1,047.9
Ecuador	32.5	58.0	60.4	67.8	70.3	82.3	33.7	52.0	74.1	107.2	103.5	113.6	165.6	229.5	265.4	325.9	241.2	391.0	492.9	513.2	544.7	533.7	357.2
Paraguay	7.6	5.0	14.0	17.0	15.3	10.9	4.9	4.1	8.1	6.6	4.7	5.4	7.1	15.6	15.2	63.5	40.9	46.9	76.5	62.3	76.2	98.3	62.6
Peru	57.4	55.2	101.8	115.3	136.3	124.9	100.4	126.4	109.4	146.1	114.1	136.6	187.3	259.9	392.1	730.8	292.4	534.1	730.2	909.3	1,089.8	1,034.7	948.7
Uruguay	156.3	24.1	45.7	59.4	43.0	34.8	31.9	64.6	68.2	17.6	14.3	23.6	34.5	32.7	47.5	98.3	48.1	110.3	146.8	169.0	172.0	179.6	140.0
Venezuela	133.3	105.4	179.0	229.4	364.9	364.7	256.4	285.1	380.4	454.8	168.8	425.2	694.9	989.1	1,215.1	1,297.9	767.5	900.9	912.9	1,259.0	1,240.5	935.4	809.6
Cuba 51	64.4	64.5	271.3	228.6	170.5	143.0	128.9	115.7	111.9	84.3	91.7	101.0	123.5	121.1	99.8	166.6	134.9	159.0	225.3	224.2	226.0	212.6	218.3

[24]

CENTROAMÉRICA	288.0	294.5	399.8	502.0	631.7	799.2	720.8	807.6	827.1	863.1	918.7	954.5	1,253.9	1,641.3	1,867.2	2,505.1	1,676.3	2,147.4	2,518.6	2,780.6	2,805.3	2,828.0	2,933.6
Belize	15.6	15.6	13.4	18.5	20.1	23.4	21.3	29.1	22.1	22.0	34.4	33.3	45.5	51.2	57.8	78.0	58.0	56.4	63.1	65.3	93.8	66.1	74.1
Costa Rica	62.2	55.9	76.7	105.3	124.7	154.3	136.0	166.3	179.9	210.3	213.8	221.4	232.6	291.5	359.7	549.0	358.1	477.9	556.3	577.0	548.5	602.6	561.4
El Salvador	69.5	55.1	88.0	85.6	129.1	131.7	134.8	144.4	139.0	168.0	157.6	160.6	235.6	286.6	263.2	519.2	273.0	345.9	386.5	342.5	367.3	362.2	372.3
Guatemala	116.7	123.0	166.0	213.4	260.0	376.6	315.7	299.5	322.2	323.2	334.7	377.0	481.7	514.8	641.0	831.9	645.6	842.4	999.2	1,056.8	1,016.9	1,021.0	1,043.9
Honduras	21.9	32.6	39.5	52.4	60.5	81.2	76.4	113.9	108.0	84.6	89.9	99.8	130.5	156.2	198.9	281.5	226.1	249.4	292.2	320.0	323.3	311.3	326.9
Nicaragua	12.1	12.3	16.3	26.6	37.4	32.0	36.6	54.4	56.0	55.0	88.3	62.3	128.0	340.9	346.5	245.4	115.5	175.4	221.3	419.0	455.6	464.8	555.0

<b>ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO</b>	86.7	91.4	346.8	263.8	227.4	203.2	259.3	313.5	324.7	120.6	76.3	64.4	91.8	87.9	136.4	428.5	249.6	574.1	772.8	678.3	732.8	933.9	1,143.2
Islandia	0.5	0.2	0.1	0.2	0.7	0.3	0.7	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	2.7	0.0	0.1	0.1	0.4	0.2	0.4	0.3
Liechtenstein	0.1	0.0	2.0	2.2	0.4	0.4	0.0	0.1	0.2	0.3	0.7	0.4	0.1	0.1	0.3	0.0	0.3	0.4	0.8	1.7	1.0	2.3	2.9
Noruega	4.5	10.1	12.9	34.7	9.3	11.9	6.3	14.6	4.4	4.0	7.0	17.2	18.6	30.6	27.8	26.7	30.4	27.7	32.6	40.2	26.8	29.7	46.4
Suiza	81.7	81.1	331.8	226.7	217.0	190.5	252.3	298.5	319.9	116.2	68.5	46.7	72.9	57.2	108.1	399.1	218.9	546.0	739.2	636.0	704.8	901.6	1,093.6
<b>NIC'S</b>	152.5	125.5	418.0	526.1	458.1	404.3	548.9	425.1	349.3	457.2	346.4	510.5	565.8	842.3	867.7	1,008.5	679.6	1,223.8	1,757.7	2,055.4	1,973.5	2,339.7	2,482.9
Corea	22.0	22.6	31.4	113.2	40.6	31.5	78.6	111.6	70.0	114.7	92.9	126.3	146.9	246.6	388.3	326.6	230.1	454.0	876.9	993.9	771.2	1,230.7	1,567.4
Taiwán	16.4	15.6	19.1	23.9	23.4	19.5	49.7	85.6	101.2	125.3	91.6	119.6	83.7	328.6	136.1	219.1	71.3	151.4	250.0	195.8	323.5	234.9	170.8
Hong Kong	53.6	54.1	269.5	274.2	151.7	140.2	106.5	105.9	67.4	90.5	70.0	107.9	113.9	131.4	181.1	243.9	193.7	239.5	247.9	451.9	515.3	579.3	432.0
Singapur	60.4	33.2	98.0	114.6	243.4	293.1	314.0	122.0	110.7	126.8	91.9	156.7	221.3	135.7	162.3	218.9	184.5	378.9	382.9	413.9	363.5	294.8	312.7
<b>JAPÓN</b>	357.6	606.3	575.6	704.9	675.0	572.8	357.4	537.9	350.3	781.4	722.3	672.9	827.6	875.2	1,036.4	1,219.7	885.0	1,071.3	1,298.6	1,424.1	1,286.8	1,645.7	1,711.8
<b>PANAMÁ</b>	104.3	67.4	137.5	162.9	171.9	216.9	175.2	161.9	138.4	186.4	179.4	189.5	287.4	322.8	429.4	461.7	417.4	464.2	576.9	647.4	614.6	537.0	632.9
<b>CHINA</b>	33.9	19.9	15.2	12.2	23.4	54.6	86.1	99.6	152.1	340.1	565.6	646.6	637.7	892.0	1,010.3	1,266.8	1,239.2	2,014.4	3,152.4	3,103.0	3,757.0	3,569.7	2,773.2
<b>ISRAEL</b>	88.1	2.7	6.2	6.5	16.2	7.9	19.7	31.3	16.1	29.4	43.4	38.2	45.3	57.8	70.0	159.5	51.6	58.5	61.9	71.3	65.8	77.9	89.2
<b>RESTO DEL MUNDO</b>	560.0	510.3	672.7	1,127.9	1,138.9	1,246.0	1,125.5	1,425.7	1,735.1	1,539.2	1,981.4	2,183.5	2,274.3	3,104.6	3,350.4	5,255.3	2,787.9	3,178.0	4,199.0	5,302.6	6,483.9	5,471.7	4,309.3

UNIÓN EUROPEA	1,665.1	1,564.0	1,887.4	2,103.7	2,365.1	2,192.9	3,347.1	3,229.1	3,230.5	3,117.8	3,662.5	3,841.9	4,831.5	6,272.1	7,727.7	11,463.4	6,221.4	7,719.3	10,823.6	12,792.3	11,950.5	12,182.0	11,170.5
Alemania	268.5	230.0	255.7	414.1	398.1	494.7	1,532.2	869.1	965.7	570.0	986.2	1,041.1	1,159.5	1,777.8	2,044.6	3,121.3	1,754.2	2,028.8	2,396.6	2,642.0	2,496.2	2,165.3	2,255.5
Austria 1/	28.4	5.7	8.6	5.5	9.2	6.9	4.9	8.9	10.3	52.1	8.2	12.9	32.0	30.9	30.6	25.8	19.0	20.4	24.8	49.5	59.5	71.6	134.2
Bulgaria 3/	1.3	0.1	0.5	6.7	1.2	0.2	0.1	0.9	0.2	0.2	2.0	2.3	1.3	0.4	2.3	12.7	0.6	0.6	3.7	12.2	1.9	7.5	8.7
Bélgica	178.3	196.3	298.3	237.8	213.0	140.3	143.8	145.5	179.6	297.4	205.3	264.3	313.7	357.1	500.5	482.3	375.2	462.3	676.6	673.8	641.0	972.1	894.1
Chipre 2/	0.6	0.4	4.7	15.2	2.6	1.3	0.8	1.1	1.0	1.4	1.3	0.6	1.7	4.2	4.8	9.2	5.4	7.2	1.6	4.4	2.9	3.1	8.4
Croacia 4/	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	1.9	0.3	0.1	0.1	1.0	0.1	0.3	0.2	0.3	0.9	5.0	1.0	1.3	1.3	1.1	0.8	1.1	8.8
Dinamarca	10.0	10.0	3.6	7.3	19.3	20.1	29.1	24.5	23.0	23.3	24.6	26.5	47.1	58.9	77.9	59.4	36.5	85.8	59.7	117.6	81.3	84.7	107.6
Eslovenia 2/	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1	0.2	2.9	5.9	2.1	1.4	5.0	1.2	6.0	5.8	2.4	4.3	9.3	4.1	3.1	4.1	7.5
España	532.3	491.6	513.7	481.3	564.8	404.3	463.3	831.2	761.8	789.8	918.1	1,042.3	1,537.5	1,906.4	2,004.0	3,236.9	1,347.1	2,031.5	2,760.7	3,996.1	4,186.5	3,819.8	2,332.2
Estonia 2/	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.2	0.3	0.1	0.4	0.4	0.9	2.5	5.1	1.0	3.4	2.5	2.8	4.4	1.9	5.6
Finlandia 1/	0.9	3.4	1.2	0.5	1.0	1.2	2.3	2.3	6.9	8.6	9.2	9.4	35.2	92.4	59.8	308.0	233.0	34.5	39.2	70.2	37.9	43.6	64.3
Francia	282.9	279.6	284.1	265.5	234.6	252.6	158.4	213.6	215.9	176.2	201.5	180.1	205.1	299.0	434.9	314.0	259.6	330.9	408.1	761.2	743.6	905.6	1,227.9
Grecia	3.8	2.3	3.5	4.3	5.7	5.7	4.2	5.8	3.9	7.8	12.8	12.0	13.3	13.8	17.6	15.1	10.7	11.1	22.1	34.2	23.5	20.1	13.5
Holanda	66.8	65.7	82.7	117.9	157.3	173.6	277.2	250.3	272.0	392.8	441.5	351.4	411.9	637.9	1,016.5	1,662.9	882.5	1,074.3	1,384.9	1,128.7	979.2	1,216.1	1,110.3
Hungría 2/	0.4	0.4	0.4	8.5	44.3	53.6	106.2	69.2	24.8	25.4	44.6	37.9	17.2	33.7	48.6	141.9	72.5	88.2	290.2	332.9	597.6	94.5	125.9
Irlanda	55.9	75.8	12.1	90.0	86.4	19.0	22.9	52.2	95.9	110.7	129.8	89.0	73.7	65.0	77.3	115.3	101.2	129.5	143.6	139.6	149.2	148.8	144.1
Italia	49.9	37.8	85.3	82.2	140.8	103.1	78.0	110.2	132.2	85.8	130.7	144.7	112.6	137.4	254.9	362.0	288.2	298.1	853.3	830.8	560.4	1,084.0	906.9
Letonia 2/	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.4	0.5	0.8	1.6	2.2	2.3	2.4	2.8	4.5	5.9	5.3	8.1	8.2
Lituania 2/	0.0	0.7	0.0	0.2	2.4	0.1	0.1	0.1	0.1	0.5	0.6	0.7	1.4	1.3	3.6	3.8	11.5	31.6	35.3	23.1	85.2	59.0	29.9
Luxemburgo	0.0	0.2	1.5	1.3	1.2	3.6	3.7	4.0	5.3	1.6	3.0	0.4	4.9	1.0	1.6	19.5	0.5	6.7	4.9	3.0	11.5	73.1	75.8
Malta 2/	0.3	0.3	0.4	1.6	0.4	0.5	0.7	0.6	0.8	0.2	0.6	0.1	0.9	0.3	16.9	1.5	1.1	0.3	0.4	1.4	0.7	2.8	6.4
Polonia 2/	0.8	0.6	0.6	3.4	2.6	3.6	2.2	4.1	3.2	10.1	8.7	7.1	19.9	30.0	26.2	106.7	34.5	51.2	69.4	95.5	89.5	96.4	167.1
Portugal	45.7	27.6	43.6	33.6	53.8	47.8	92.6	112.8	82.7	89.8	81.6	91.2	138.3	217.5	120.5	114.6	20.5	88.6	238.1	148.2	38.1	27.9	143.4
Reino Unido	128.0	126.6	266.9	315.2	399.3	425.6	402.5	496.5	416.8	431.1	424.3	454.7	615.0	525.8	863.5	1,205.9	627.2	819.6	1,129.9	1,398.5	906.3	990.3	1,091.2
República Checa	1.1	0.6	1.1	1.4	1.6	2.1	6.3	12.7	10.6	3.9	5.6	16.6	16.2	27.1	36.9	40.5	44.5	41.4	72.3	136.7	149.0	141.8	110.3
República Eslovaca 2/	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	1.0	0.8	2.8	2.8	3.6	4.8	5.2	10.8	15.7	12.4	16.6	22.8
Rumania 3/	0.1	0.1	0.5	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	0.1	2.2	2.1	2.7	33.9	5.0	17.4	10.4	47.1	4.9	120.7	97.5	42.8	53.4	58.5
Suecia 1/	9.4	8.1	18.5	9.8	24.8	30.5	15.2	13.0	13.7	29.6	16.8	50.1	32.0	42.3	52.4	71.8	37.2	54.7	59.0	65.3	40.4	68.6	100.3

Valor Fuente: SAT, SE, BANXICO, INEGI. Balanza Comercial de Mercancías de México 1993 - 2015. SNIEG. Información de Interés Nacional.

Nota 1: Las estadísticas están sujetas a cambio, en particular las más recientes

Nota 2: Las exportaciones de 1993 a 2001 la atribución de país sigue el criterio de país comprador. A partir de 2002 el criterio utilizado es el de país destino

Nota 3: Las exportaciones incluyen fletes más seguros

1/ Estos países pertenecen a la Unión Europea a partir de enero de 1995

2/ Estos países pertenecen a la Unión Europea a partir de 2004

3/ Estos países pertenecen a la Unión Europea a partir de 2007

4/ Este país pertenecen a la Unión Europea a partir de 2013

5/ Este país pertenece a la ALADI a partir del 25 de agosto de 1999

A partir del TLCAN, México buscó expandir sus relaciones comerciales ante otros bloques económicos, como es el caso de la UE, a través del TLCUEM. En la anterior tabla se observa que las exportaciones van destinadas al mercado de Estados Unidos por medio del TLCAN y que se necesita darle un mayor impulso al amplio mercado con la Unión Europea por medio del TLCUEM, ya que, la unión europea cuenta con países con tradiciones y costumbres similares a las de México, como Italia y sus consumidores valoran el comercio justo y nacional, lo hecho a mano y de calidad, esto le traería al mercado de artesanías un gran impulso.

La relación de México con Europa parte desde épocas remotas, pero fue realmente durante esta apertura comercial (1986-1994), que el país atrajo más la atención de los países miembros de la Unión Europea.<sup>38</sup> México, en los 80s y 90s, era el más beneficiado dentro de los fondos comunitarios que otorgaba la Unión Europea como un acuerdo de voluntad y cooperación con países en vías de desarrollo; pero este cambió cuando México comenzó a ser una de una economía cerrada proteccionista a una altamente abierta, queriéndose posicionar paralelamente con los países desarrollados.<sup>39</sup>

“En 1995, la Unión Europea era el segundo cliente y proveedor de México; respecto a exportaciones era principalmente petróleo y manufactura. El acceso al mercado es la principal razón por la que se negoció el TLCUEM. Cuando entró en vigor el TLCAN, la cuota de mercado de la UE se redujo en un 50%. México trató de atraer a más Inversión Extranjera Directa para reducir su dependencia económica con EU.

No fue hasta el 6 de junio del año 2000 cuando se aprobaron por el Senado de la República los textos del llamado Acuerdo Global y las Decisiones de los Consejos Conjuntos establecidos conforme al Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación, así como del Acuerdo Interino sobre Comercio y cuestiones relacionadas con el Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos, por una parte, y la comunidad europea y sus Estados miembros por otra”.<sup>40</sup> Para crear un espacio comercial en un contexto de integración

---

<sup>38</sup>“El interés de México en vincularse con la Europa comunitaria ha estado presente tan pronto como se formalizó la nueva Europa, tal como lo demuestra el hecho de que estuvo en Bruselas desde 1960. Pocos años después, en 1971, se llevan a cabo reuniones multilaterales CECLA-CEE, (...) lo que motivó posteriores reuniones de trabajo, culminando en junio de 1974 con el Acuerdo de Cooperación entre dichas partes (...). Se creó una Comisión Mixta, cuyas facultades giraban en torno al propósito de fomentar el comercio (...).” *Op. cit.*, 2003, pág. 160.

<sup>39</sup>*Ibidem.*, 2003, pág. 161.

<sup>40</sup>*Ibid.*, 2003, pág. 163.

multinacional a través del establecimiento de una zona de libre comercio para la apertura de oportunidades externas de desarrollo económico entre ambas partes.

El Acuerdo Global y las Decisiones de los Consejos Conjuntos establecidos conforme al Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación, fue con el objetivo de cubrir estas tres áreas principalmente, la economía, distinguir lo comercial de lo financiero, aranceles, entre otras cosas; la política, institucionalizar los contactos oficiales entre entidades políticas y privadas, tratar cuestiones de democracia, igualdad y derechos humanos; cooperación, etc. El Acuerdo Interino sobre Comercio y Temas relacionadas se llevó a cabo en Bruselas, en 1998, fue con el objetivo de fortalecer (como su nombre lo dice) sus relaciones comerciales.<sup>41</sup>

Se llegó a la declaración conjunta de las partes y se establecieron mesas de diálogo sobre los siguientes aspectos:

- Acceso a mercados
- Reglas de origen
- Normas técnicas
- Normas Sanitarias y Fitosanitarias
- Salvaguardas
- Inversión y pagos relacionados
- Comercio de servicios compras del sector publico
- Competencia
- Propiedad intelectual
- Prácticas desleales
- Solución de controversias.<sup>42</sup>

Los temas en los que se prestó mayor atención y diálogo en las cuestiones de los aranceles y sistema de comercialización fueron principalmente: bienes industriales y bienes agrícolas; reglas de origen, reglas de comercio, como: requisitos técnicos, medidas sanitarias, fitosanitarias, servicios al comercio internacional (acceso al mercado, trato nacional, aplicación del principio de la nación más favorecida), servicios financieros, inversiones (directas, compra y venta de valores, bienes raíces) y pagos, reglas de competencia (combatir los monopolios); propiedad Intelectual (desarrollo tecnológico). Con el objetivo de: fomentar el desarrollo reciproco de la comercialización o intercambios de bienes y servicios, promover la inversión

---

<sup>41</sup>*Op. cit.*, 2003, pág. 164.

<sup>42</sup>Datos obtenidos de *Ibidem.*, 2001, pág. 30.

directa, atraer insumos y tecnología, dinamizar la actividad comercial y económica, generar mayores empleos, incrementar las oportunidades y alianzas estratégicas para la empresa mexicana.<sup>43</sup>

Algunos sectores se han visto marginados, como ejemplo claro la producción y exportación de artesanías mexicanas con la Unión Europea (siendo el objeto de estudio de la presente investigación). Ya que, el interés que tiene México por el mercado europeo es mayor, que el que tienen los europeos por el mercado de nuestro país.

Como ya se mencionó, las relaciones comerciales entre la Unión Europea (UE) y México se rigen por el Tratado de Libre Comercio (TLCUEM), vigente desde 2001, que ha permitido un crecimiento significativo del comercio bilateral y ha actuado como catalizador de flujos de inversión. Desde entonces, el TLCUEM pretende ser un instrumento eficaz para fomentar una mejor compenetración entre ambas economías, pero aún no se consolidan estos benéficos para México.

Sin embargo, también contribuyó un poco a elevar la competitividad del país, no sólo gracias a la diversificación de su comercio de bienes, sino también gracias a la liberalización del comercio de servicios. Esto se reafirma con los siguientes datos:

- La UE es el tercer socio comercial de México.
- En el 2014, China permaneció como segundo socio comercial de México.

La UE sigue siendo la segunda fuente más importante de Inversión Extranjera Directa (IED), aportando un 39% al total de la IED en México desde el año 2000.

- México es el socio comercial 15 de la UE.
- La participación de la UE en el comercio en 2014 al 8.1% fue ligeramente inferior que antes del estallido de la crisis mundial en 2008 y en 2010<sup>44</sup>, ya que la

---

<sup>43</sup>“La infraestructura del Acuerdo entre México y la UE fue aprovechado en su totalidad, habiendo bastado solo cuatro rondas de negociaciones para finiquitar el TLAELC. Dichas reuniones tuvieron lugar en Ginebra los días 6 y 7 de julio de julio de 2000; las siguientes, en la ciudad de México en los días septiembre 6 y 7 de septiembre y del 2 al 6 de octubre. La última, del 30 de ese mes al 3 de noviembre en Reikiavik, Islandia.

(...) se firmó el Tratado en la Ciudad de México el 27 de noviembre, con la pretensión de que entrase en vigor el 1 de julio del 2001, tal como sucedió, ya que el 30 de abril de dicho año fue aprobado por el Senado mexicano y promulgado el 29 de junio siguiente. En el Diario Oficial de la Federación del 4 de junio del 2001 fue publicado el decreto aprobatorio.” *Op. cit.*, 2003, pág. 203 y 204.

<sup>44</sup>“La crisis del euro o crisis de la zona euro, también llamada Crisis de la deuda soberana de la Eurozona es una serie de acontecimientos que han venido afectando negativamente desde principios del año 2010, a los 16 Estados miembros de la UE que conforman la Eurozona. Éstos son los países que han adoptado el euro como moneda única y componen entre sí una unión monetaria plurinacional en el seno de la Unión Europea. Durante este período los estados de la Eurozona han venido

recuperación de la crisis ha sido más lenta para el comercio entre la UE-México que con otros socios.

- El comercio entre la UE y México ascendió a 65 mil millones de USD en 2014 (con un significativo superávit para la UE de 24.1 mil millones USD), lo que representa un crecimiento del 3.2% con respecto al 2013.
- El crecimiento en el comercio total entre la UE y México desde 1999 hasta el 2014, justo antes de la firma TLC, fue del 247% (237% para las exportaciones de la UE a México y 272% de las exportaciones mexicanas a la UE.
- Las exportaciones de la UE ascendieron a 44.6 mil millones de USD, mientras que las exportaciones mexicanas a la UE alcanzaron los 22.6 mil millones de USD.
- Principales exportaciones de la UE a México: maquinaria y productos químicos.
- Principales exportaciones de México a la UE: maquinaria, combustibles minerales, lubricantes y productos manufacturados.
- El principal grupo de productos sigue siendo el de los combustibles y productos mineros (33%, principalmente petróleo crudo), seguido por equipo de transporte (sector

---

padeciendo una crisis de confianza sin precedentes, con ataques especulativos sobre los bonos públicos de varios de sus miembros, turbulencias en sus mercados financieros y bursátiles, y una caída del valor cambiario de la moneda única, en un contexto de incertidumbre y dificultad por alcanzar un acuerdo colectivo que todavía persiste.

La crisis comenzó con la difusión de rumores sobre el nivel de la deuda de Grecia y el riesgo de cesación de pagos de su gobierno. Se hizo público que durante años el gobierno griego había asumido deudas profundas, gastando sin control, lo cual contravenía los acuerdos económicos europeos. Cuando llegó la crisis financiera global, el déficit presupuestario subió y los inversionistas exigieron tasas mucho más altas para prestar dinero a Grecia.

Todos los países de la eurozona se vieron afectados por el impacto que tuvo la crisis sobre la moneda común europea. Hubo temores de que los problemas griegos en los mercados financieros internacionales desataran un efecto de contagio que hiciera tambalear los países con economías menos estables de la eurozona como Portugal, Irlanda, Italia y España que, como Grecia, tuvieron que tomar medidas para reajustar sus cuentas.

A partir de marzo de 2010, la eurozona y el Fondo Monetario Internacional (FMI) debatieron conjuntamente un paquete de medidas destinadas a rescatar la economía griega, bloqueado durante semanas debido en particular a los desacuerdos entre Alemania, economía líder en la zona, y los otros países miembros. Durante esas negociaciones y ante la incapacidad de la eurozona de llegar a un acuerdo, la desconfianza aumentó en los mercados financieros, mientras el euro experimentó una caída regular y las plazas bursátiles caían.

Finalmente, el 2 de mayo la UE y el FMI acordaron un plan de rescate de 750.000 millones de euros, para tratar de evitar que la crisis se extendiera por la eurozona.” Datos obtenidos de la Federación de la Unión Europea, en español, Dirección URL: [http://www.idcfederacion.org/es/index.php?option=com\\_content&view=article&id=562:la-crisis-del-euro&catid=47:sabes-que&Itemid=200](http://www.idcfederacion.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=562:la-crisis-del-euro&catid=47:sabes-que&Itemid=200), [consultado durante el año 2016].



automotriz) aunque sus exportaciones cayeron casi 11% comparado con el 2013), después maquinaria con un 12% y equipo eléctrico con un 10%. Aparte del petróleo y a diferencia de la mayoría de las otras economías de América Latina, México es mayoritariamente proveedor de bienes manufacturados en lugar de ser un proveedor de materias primas.

- El comercio de servicios ascendió a 11.4 mil millones de Euros en 2013.
- Las importaciones de la UE procedentes de México ascendieron a 20.4 mil millones de pesos en 2014, un 3.2% de aumento comparado con el 2013 y 272% por encima de su nivel en 1999.
- El flujo acumulado de Inversión Extranjera Directa del año 2000 al 2014 es de 145 mil millones de USD.
- Los grupos de productos más importantes siguen siendo los mismos, aunque varían ligeramente en términos de porcentajes: maquinaria industrial representó el 23% de todas sus exportaciones, seguido por equipo eléctrico con un 14%, el sector automotriz con el 10% y el sector del petróleo con un 7%.<sup>45</sup>

Uno de los principales intereses que tiene la UE en México, es su posición geográfica como fuente estratégica para poder penetrar tanto a los mercados de América Latina como al mercado de América del Norte; esto más que desfavorecer a México, se puede tomar como una ventaja para demostrar que sus productos son de calidad y que es un gran mercado. Un claro ejemplo, es la visita del presidente Enrique Peña Nieto a Europa en junio de 2015, a Bruselas, Bélgica e Italia. Ahí, se manifestó el interés de los empresarios italianos para invertir en México, e Italia propuso lo siguiente:

- ✓ “Apoyar la modernización del TLCUEM para incluir temas en específico como comercio electrónico, facilitación comercial, energía y desarrollo sustentable.
- ✓ Acuerdos para extender relaciones entre Italia y México en materias de energías renovables, turismo, aeroespacial, judicial e impulso a las pequeñas y medianas empresas, donde Italia es un referente de éxito.
- ✓ Impulsar el turismo a partir de una mayor conectividad aérea.
- ✓ Intercambio cultural
- ✓ Cooperación en capacitación de hacer negocios con PYMES.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup>Datos obtenidos del portal web de la delegación de europea en México, Dirección URL: [http://eeas.europa.eu/delegations/mexico/eu\\_mexico/trade\\_relation/index\\_es.htm](http://eeas.europa.eu/delegations/mexico/eu_mexico/trade_relation/index_es.htm), [consultado durante el año 2016].

<sup>46</sup>Datos obtenidos de Notimex, “¿Qué acuerdos firmó Peña Nieto en Italia?”, publicado el 16 de junio de 2015, México Dirección URL: <http://www.altonivel.com.mx/51623-que-acuerdos-firmo-eqn-en-italia.html>, [consultado durante el año 2016].

Partiendo de este breve análisis del marco de referencia de las generalidades de comercio exterior de México, sus antecedentes, el TLCUEM y las últimas propuestas que negoció el presidente en turno (Enrique Peña Nieto) con la Unión Europea, se estudia el caso de la exportación de artesanías de Chignahuapan a Italia, para buscar alternativas de negociación de exportación y promover al pequeño empresario mexicano, con una planeación estratégica comercial viable y atraer mayores beneficios.

Es importante obtener un análisis del auge del mercado de artesanías nacional para proponer una ruta en específico de comercialización como producto final de microempresas mexicanas y diversificarlo a nivel internacional. Posteriormente el enfoque con que se ha visto al mercado de artesanías, como un mini taller capitalista familiar, un mercado temporal o una industria en serie.

Finalmente, observar cómo este mercado se puede adaptar y diversificar o contraer una mayor cobertura, según las necesidades que demanda el mercado mundial, con una propuesta viable de comercialización, con base a estos antecedentes del comercio exterior en México; y comprender desde lo más básico, la conceptualización de que es una artesanía como elemento cultural, como producto, como mercancía con proyección internacional durante una era de globalización, para darle mayor fortaleza al mercado interno del país.

## **Capítulo 1.- Acercamiento conceptual para comprender qué es “artesanía en el mercado”**

“Para entender que fueron las artesanías y que son hoy, es necesario conocer los elementos que determinan la existencia de las mismas.”<sup>47</sup>

La artesanía surge a partir de la relación del hombre con la naturaleza desde tiempos remotos. En la conceptualización del término “artesanía” existe un problema teórico, para acotar tanto los valores tangibles e intangibles que contiene; ya que, también responde al enfoque y finalidad que se le dé al utensilio o producto final, es decir, a la artesanía.

Cuando el hombre tuvo la necesidad de fabricar utensilios e instrumentos para satisfacer sus necesidades e incrementar el potencial de la fuerza humana para conservar la especie valiéndose de la naturaleza, surge la artesanía que inserto un selló natural integral de la cultura,

---

<sup>47</sup>Marta Turok, Cómo acercarse a la artesanía, Editorial Plaza y Valdés, S.E.P, 1988, México, pág. 9.

una evolución en la capacidad humana por medio de su entorno y el medio ambiente, formas de producción, organización familiar y la estructura de la sociedad, que constituye “la cultura”.

Ante ello, la autora Marta Turok en su libro “Cómo acercarse a la artesanía” también nos dice que: “cultura es un apretado tejido de relaciones; las artesanías abren una ventana para comprender y visualizar la conexión integral entre los elementos naturales, sociales y simbólicos del grupo social en cuestión”; y que, “el arte, la religión y la cosmovisión conforman un pilar que da a la cultura su dimensión simbólica.”<sup>48</sup>

Tomando en cuenta que la cultura es la primera premisa en cuestión para comprender su origen y significado de la artesanía; la artesanía se muestra como un acervo de sobrevivencia, de la relación del hombre con la naturaleza, arte, religión, la organización económica, social, y política; como un cúmulo de herencia en historia, costumbres e identidad, como se muestra en el siguiente diagrama, donde todo está enlazado:



Diagrama I. La conformación de la Cultura. \*Tomado de Turok Marta, “Cómo acercarse a la artesanía”, 1988, pág. 17.

<sup>48</sup>*Ibidem.*, 1988, pág. 16.

Sin embargo, no se ha podido afirmar categóricamente qué es el arte popular, el nuevo diseño y menos cuáles son sus diferencias específicas con las artesanías, pero es muy cierto que todos estos términos son elementos de una identidad, de una cultura, de una nación. Algunas posturas sobre las diferencias entre estos términos, han permitido asumir algunos conceptos epistemológicos específicos.

Uno de los teóricos preocupados por qué es “cultura popular” es Néstor García Canclini, el cual nos invita analizar qué: “Hay éxitos tristes. Por ejemplo el de palabras como popular, que casi no se usaba, luego fue adquiriendo la mayúscula y acaba escribiéndose entre comillas. Cuando sólo era utilizada por los folcloristas parecía fácil entender a qué se referían: las costumbres eran populares por su tradicionalidad, la literatura porque era oral, las artesanías porque se hacían manualmente. Tradicional, oral y manual: lo popular era el otro nombre de lo primitivo, el que se empleaba en las sociedades modernas.

Con el desarrollo de la modernidad, con las migraciones, la urbanización y la industrialización (incluso de la cultura), todo se volvió más complejo. Una zamba bailada en televisión ¿es popular? ¿Y las artesanías convertidas en objetos decorativos de departamentos? ¿Y una telenovela vista por quince millones de espectadores? Hay una vasta bibliografía que habla de cultura popular en espacios muy diversos: el indígena y el obrero, el campesino y el urbano, las artesanías y la comunicación masiva. ¿Puede la misma fórmula ser usada en tantos territorios?”<sup>49</sup>

Esta reflexión nos ayuda abrir el análisis, entre como una artesanía puede englobar las adaptaciones sociales y económicas en la historia, en la cultura, en las costumbres, en las ciencias sociales, etc., como un objeto de investigación interdisciplinario, por medio de la sociología, antropología, historia, derecho, economía, medio ambiente, turismo, etc.,. Por otra parte por cuestiones específicas que competen a la presente investigación, por medio de estas interrogantes que abren un panorama del potencial de arte popular, es muy importante comprender que es arte y artesanía. Para sustentar ello, se da algunos conceptos por grandes teóricos e instituciones, para diferenciar el término arte, artesanía y nuevo diseño.

“El “arte” (del latín ars), es el concepto que engloba todas las creaciones realizadas por el ser humano para expresar una visión sensible acerca del mundo, ya sea real o imaginario. Mediante recursos plásticos, lingüísticos o sonoros, el arte permite expresar ideas, emociones,

---

<sup>49</sup>Néstor García Canclini, Ni folklórico ni masivo ¿qué es lo popular?, Perú, 1987, pág. 1.

percepciones y sensaciones”<sup>50</sup> y son piezas u obras únicas con un sello distintivo de su autor (o del artista) no reemplazable. A diferencia de la artesanía, que su modelo se desarrolla en una comunidad, ya sea, de forma individual o colectiva, en serie o en obras múltiples, que a veces se confunde con arte popular.

La forma en cómo hacerlo varía según los recursos de cada área geográfica y las necesidades; con lo cual, se genera una identidad. El autor Francisco de la Torre (investigador preocupado por darle sentido teórico a las artes populares), en su libro *Arte Popular Mexicano* (2012,) nos dice que: “Las artes populares son, por una parte, las expresiones formales, materiales y tradicionales del pueblo; sus raíces más profundas están en el pasado y sobreviven del espíritu conservador de la gente común. Son, además, expresiones espontáneas e instintivas que realizan artesanos y artistas populares, no adecuados para ello en forma sistemática.”<sup>51</sup>

Puntualiza el sentido anónimo de este arte popular, es decir, el trabajo del artesano como un producto colectivo (un objeto utilitario) y/o comunitario de una manifestación de identidad (de belleza o arte). Esto ejemplifica los lazos entre el arte popular y las artesanías.

Para la autora Marta Turok, “arte se define por la individualidad del artista y arte popular se define por la creación colectiva ejecutada por individuos artesano”<sup>52</sup>. Para entender también que es una artesanía es necesario comprender que es un artesano, como lo expresa Marta Turok es meter “las manos en la masa”, dándonos otra perspectiva para observar la gran capacidad que tiene el ser humano de tomar la naturaleza, interpretarla y abstraer de ella, plasmando una cultura e identidad; ya que, no todos poseemos esa virtud.

“Las artesanías son una fiel expresión del genio creativo del hombre (artesano), de su sensibilidad para transformar materia inerte en verdaderas obras de arte, en utensilios que harán de su vida y la de sus congéneres menos difícil.”<sup>53</sup>

Es necesario enfatizar que el proceso de trabajo es resultado de una cadena de actos profundos y sucesivos de transformación que a su vez son consecuencia de procesos manuales (generalmente) simple y/o complejos. A diferencia del obrero, el artesano mantiene

---

<sup>50</sup>Diccionario web, “*Definición de arte, Qué es*”, Significado y Concepto, Dirección URL: <http://definicion.de/arte/#ixzz2DTtUe9CY>, [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>51</sup>Francisco de la Torre, *Arte Popular Mexicano*, 2da edición, Editorial Trillas, 2012, pág. 15 y 16.

<sup>52</sup>*Op. cit.*, 1988, pág. 10.

<sup>53</sup>*Ibidem.*, 1988, pág. 100.

una relación vertical e integral con todas y cada una de las fases de la producción, se vuelve emprendedor, innovador, productor, empresario y comerciante.

Es muy cierto el decir que la artesanía: “Es una fiel expresión del genio creativo del hombre”<sup>54</sup>; ya que, es una forma de vida en comunidades marginadas, las cuales solo dependen de la agricultura y sus tierras, y con la producción de artesanías pueden mejorar sus oportunidades de desarrollo.

El autor Efraín Frano, en su libro, *Cultura Popular y Artesanías* (2005), afirma que “la artesanía popular es la tradicional, vinculada con necesidades, festividades, gustos populares o rituales. La costumbre en México a designado como arte popular a dos tradiciones diferenciadas: el arte tribal indígena, es decir, la producción de grupos étnicos especiales, con raíces y caracteres propios para el consumo exclusivo del grupo que las hace. Por otra parte, toma como verdadero arte popular el de raíces criollas y mestizas, producida a escala comercial para su distribución por todo el país y para el consumo de todas las clases sociales.”<sup>55</sup>

Para la autora Mónica Rotman se puede “abordar la producción cultural desde una doble perspectiva, que incluye los aspectos simbólicos (culturales) en íntima relación con los materiales (económicos); más específicamente, consideramos la cultura, en tanto proceso y como producción, lo cual posibilita desplazar el foco de atención del producto cultural a su producción social. El considerar la cultura como producción supone que el análisis no puede limitarse únicamente a esta instancia, sino que debe comprender también el intercambio y la recepción. Contemplamos entonces los procesos de producción, circulación y consumo de las artesanías.”<sup>56</sup>

Este hecho, por significativo que parezca, hace que las dimensión creativa y artística en la artesanía nazcan de la relación íntima-simbiótica entre la disciplina y el oficio, entre lo terrenal y la fantasía; entre la metería y el espíritu, entre la naturaleza, el medio ambiente y las necesidades del hombre plasmada en forma de producción y comercio.

---

<sup>54</sup> *Ibíd.*, 1988, pág. 100.

<sup>55</sup> “Las raíces del arte popular en las artesanías provienen de Europa y Asia, principalmente de España y China, por ende, se otorgó una gran herencia al arte popular mexicano.” Efraín Frano Frías, *Cultura Popular y Artesanías*, Gobierno del Estado, Secretaría de Cultura, 2005, pág. 14.

<sup>56</sup> Mónica Rotman, “*Prácticas artesanales en buenos aires: la vigencia de las producciones no industriales en las ciudades contemporáneas*”, Buenos Aires, 2016, pág. 1.

Para la Dirección General de Arte Popular de la Secretaría de Educación Pública, artesanía es la actividad productiva de objetos hechos a mano con la ayuda de instrumentos simples. Por otra parte, la misma historia y la cultura hacen que estos materiales hechos a mano, se definan como “productos artesanales”, aquellos que son: “(...) los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.”<sup>57</sup>

Estos objetos pueden ser utilitarios, decorativos o de reciente innovación. “En un contexto cultural el diseño es la síntesis de la forma, la fusión y la visión del mundo, y van de considerarse integrados la proporción, el estilo, el dibujo y el color.”<sup>58</sup>

A veces surgen nuevos diseños por transformaciones culturales, como sucedió durante la conquista española en México principalmente en la forma de vestir, que a pesar de ello los indígenas le dieron un sello particular de su cultura hasta crear muchas tradiciones como hoy las conocemos.

Es por ello, que las nuevas generaciones (de “artesanos” o de diseñadores) sigan teniendo en cuenta la parte tradicional, cultural y simbólica para adaptar un nuevo modelo pero que transmita su esencia en contextos diferentes. Principalmente tres factores sostienen a las innovaciones o nuevos diseños:

- Nuevas necesidades
- La promoción
- El consumidor.<sup>59</sup>

El mal manejo de estos 3 factores a la vez son la causa de limitación en el mercado de artesanías, porque en ciertas ocasiones la comercialización de estos productos artesanales se podrían confundir con la comercialización masiva de nuevas mercancías industriales (el

---

<sup>57</sup>Definición adoptada por el Simposio UNESCO/CCI, "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera", Manila, 6-8 de octubre de 1997.

<sup>58</sup>*Op. cit.*, 1988, pág. 152.

<sup>59</sup>*Ibidem.*, 1988, pág. 150.

manejo de ello va a depender de su adecuada comercialización, como se estudia en el capítulo dos y tres de la presente investigación).

Se debe contar con un potencial artístico latente sobre la cual se produjo ese nuevo diseño, con códigos simbólicos-estéticos e inspiración de cada región donde surgió, con originalidad y sin desarrollar espejos o copias de otras artesanías como producción masiva; por ejemplo, la evolución del vestido de Tehuantepec desde la época prehispánica hasta 1940.<sup>60</sup>



**Ilustración 1. Evolución del Vestido de Tehuantepec.** \*Fotos obtenidas de Covarrubias Miguel, archivos digitales, Biblioteca UDLAP, Dirección URL: [http://catarina.udlap.mx/xmLibris/projects/covarrubias/browse/item.jsp?path=/db/xmlibris/Sala%20de%20Archivos%20y%20Colecciones%20Especiales/Fondo%20Moderno/Archivo%20Miguel%20Covarrubias/Exposici%F3n%20UDLAP:%20Carpeta%20II%20%20Caricaturas,%20fotograf%EDas%20y%20notas/&key=amc\\_exposicion\\_udlap\\_carpeta\\_ii\\_caricaturas\\_fotografias\\_y\\_notas\\_30.xml](http://catarina.udlap.mx/xmLibris/projects/covarrubias/browse/item.jsp?path=/db/xmlibris/Sala%20de%20Archivos%20y%20Colecciones%20Especiales/Fondo%20Moderno/Archivo%20Miguel%20Covarrubias/Exposici%F3n%20UDLAP:%20Carpeta%20II%20%20Caricaturas,%20fotograf%EDas%20y%20notas/&key=amc_exposicion_udlap_carpeta_ii_caricaturas_fotografias_y_notas_30.xml), [consultado durante el año de 2016].

Por ejemplo, los rebozos que siempre han usado las indígenas por uso y costumbres<sup>61</sup>, como: atuendo, para cubrir su cabeza por cuestiones religiosas, cagar a los bebés, etc., regresan a la sociedad con valor cultural de una manera popular para ponerse de moda. Y así, lo que comenzó siendo el sueño de una minoría de artesanos, empieza a expandirse masivamente para ser una realidad en el mercado y el diseño mexicano comienza a dar la vuelta al mundo.

En el libro “Introducción a Las artes populares en México”, Gerardo Murillo, pintor y escritor mexicano conocido como Dr. Atl, “defiende la calidad e importancia del talento artesano de los indígenas mexicanos. Entre las diversas técnicas artesanales populares de

<sup>60</sup>*Ibíd.*, 1988, pág. 153.

<sup>61</sup>“Se demostró que en las cerámicas, los tejidos y retablos populares se puede encontrar tanta creatividad formal, generación de significados originales y ocasional autonomía respecto de las funciones prácticas como en el arte culto. Este reconocimiento ha dado entrada a ciertos artesanos y artistas populares en museos y galerías. Pero las dificultades para redefinir lo específico del arte y de las artesanías, e interpretar a cada uno de sus vínculos con el otro, no se arreglan con aperturas de buena voluntad a lo que opina el vecino. La vía para salir del estancamiento en que se encuentra esta cuestión es un nuevo tipo de investigación que reconceptualicé los cambios globales del mercado simbólico tomando en cuenta no sólo el desarrollo intrínseco de lo popular y lo culto, sino sus cruces y convergencias. Al estar incluidos lo artístico y lo artesanal en procesos masivos de circulación de los mensajes, sus fuentes de aprovechamiento de imágenes y formas, sus canales de difusión y sus públicos suelen coincidir.” Guillermo Canclini, 1989, pp. 226 y 227.



México, el Dr. Atl destaca la alfarería, el tejido de sarapes (mantas de colores) y la fabricación de sillas de montar como las técnicas artesanales mexicanas más avanzadas. Según el autor, estos oficios han sobrevivido en México por la gran calidad y destreza de los artículos elaborados por los artesanos indígenas, que superan la deficiente o mala calidad de los objetos industrialmente fabricados. Los oficios artesanos mexicanos, incluso aquellos que se basan en las técnicas transmitidas por los españoles como la alfarería, producen artículos de un estilo particularmente mexicano.”<sup>62</sup>



**Ilustración 2. Rebozo y la adaptación del nuevo diseño.** \* Fotos obtenidas de Camarillo Rangel Gustavo, publicadas en agosto de 2015, Dirección URL: <http://derutapormexico.blogspot.mx/2015/08/exposicion-en-homenaje-al-rebozo.html>, [consultado durante el año de 2016].

Por ende, se le llama “nuevo diseño” a la “producción de artesanías innovadoras” que son parte de un proceso de reconocimiento de una identidad compartida que pretende reafirmar una pertenencia a una cultura.<sup>63</sup> Sin embargo, no existe una política gubernamental eficaz y viable que salvaguarde el mercado de artesanías nacional, ni la nueva forma de hacer artesanías: “el nuevo diseño”, porque categóricamente se desconoce hasta su conceptualización tanto en esencia, cultura, como en sus formas de producción, comercialización, consumo y como actividad económica importante.

La autora Victoria Novelo, en su libro “Artesanías y Capitalismo en México” (1976), realiza estudios sobre la conceptualización de artesanías conforme a los procesos de producción con los que se realizan y no bajo los materiales usados. Es decir, toma a la producción artesanal con base en sus técnicas de elaboración, procedencia geográfica y organización, argumentando lo siguiente:

“Pienso que la diversidad de criterios para definir a las artesanías se debe a que se habla de ellas como resultado, y no como proceso. La necesidad de explicar el proceso de producción de artesanías adquiere mayor importancia puesto que uno de los criterios más

<sup>62</sup>Gerardo Murillo, “Introducción a Las artes populares en México”, editorial Cultura, 1922, México, pág. 12.

<sup>63</sup>Arturo Sánchez, Desarrollo de productos en el sector servicios y en el sector cultural, SDNPI, 2011, pág. 1.

utilizados para la definición del concepto destaca el papel del trabajo manual en la elaboración del producto (...). De este modo apareció como la cuestión fundamental el estudio de las formas de producción de artesanías (...).”<sup>64</sup>

Las clasifica en cuatro formas de organización (división del trabajo) de producción artesanal, ya que, sin ningún tipo de organización, difícilmente se puede desarrollar su producción:

1) Forma familiar de producción. - Es donde la forma de producción dependerá de la organización familiar y la agricultura, ya que sus productores realizan más actividad al término de cada periodo de cosecha, donde se transmite de generación en generación; también dependerá de varios factores, como: la tierra, la actividad artesanal, las condiciones de trabajo, el sistema de comercialización y el objeto (producto).

2) Taller capitalista. – Es donde los artesanos se dedican en es pacífico a la actividad artesanal como su principal sustento y actividad económica.

3) Taller del maestro independiente. - El dueño posee todos los medios de producción en un taller con mano de obra asalariada o individualmente, se adapta a las dinámicas de consumo y adapta la artesanía como una forma de nuevo diseño según las necesidades del consumidor (o de la oferta y demanda).

4) Manufactura. - Es la brecha entre la industria y la artesanía, la formación de empresas especializadas en el ámbito del mercado de artesanías, ya no solo a nivel regional o nacional, sino que también a nivel internacional.<sup>65</sup>

A continuación la explicación en una pirámide con porcentajes de la “Forma Familiar de producción y a parición del pequeño taller capitalista”:

---

<sup>64</sup>Victoria Novelo, *Artesanía y Capitalismo en México*, Consejo Nacional de Artesanía, S.E.P-INAH, México, 1976, pág. 108.

<sup>65</sup>*Op. cit.*, 1976, pág. 109.

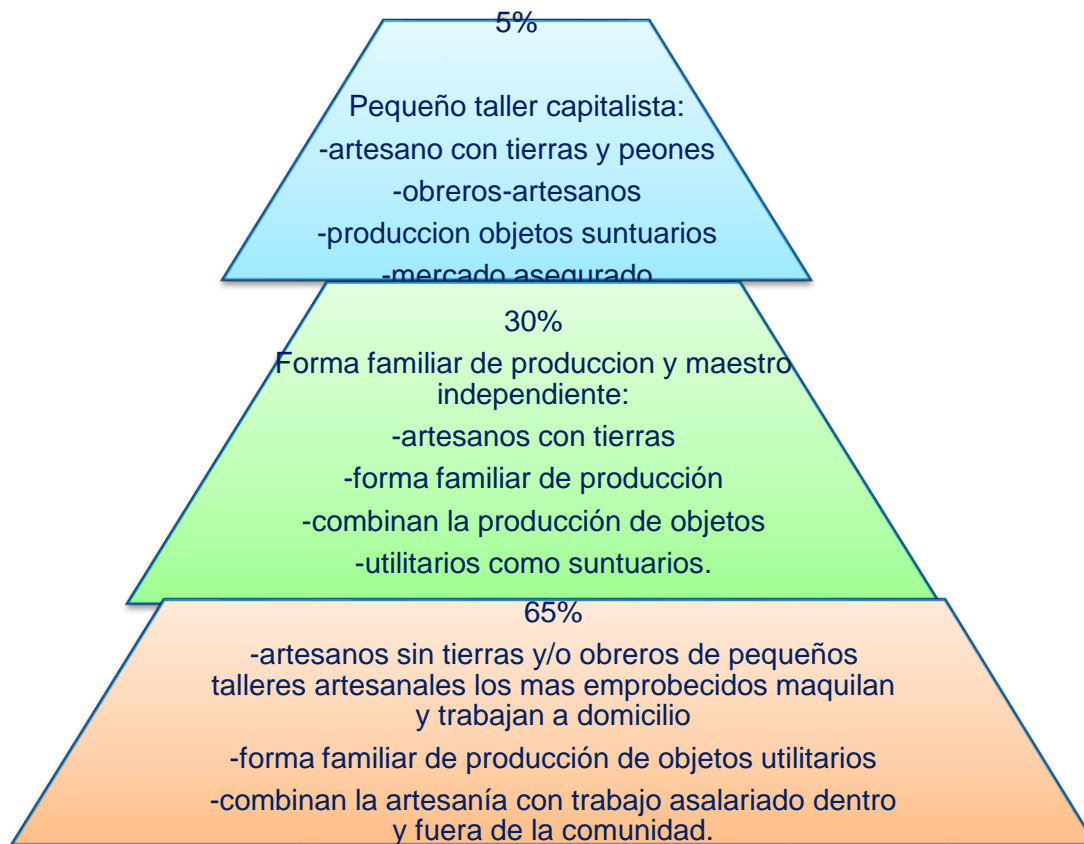


Diagrama II.- Formas de producción de las artesanías. \*Tomado de *Op. cit.*, 1988, pág. 114.

Para su mayor comprensión se estudiará a fondo en el siguiente subcapítulo 1.2, “el mercado de artesanías como forma de industria”. Otra variante en la conceptualización de qué es artesanía además de la forma de producción, en gran medida corresponde al enfoque que se le dé desde su dinámica de consumo:

-Donde la artesanía, como objeto utilitario no sufre ningún cambio y el comprador es el que le da una nueva función.

-Donde la artesanía, se transforma desde su diseño y elaboración, para satisfacer las necesidades del consumidor.

-El surgimiento de nuevos diseños con grandes impactos tanto en las comunidades de artesanos como en el mercado, debido a factores externos, ya sea la tecnología, el desarrollo, una nueva visión en la comunidad o la forma de comercio.<sup>66</sup>

En resumen, la apreciación de la artesanía va en tres sentidos; 1) en ver la artesanía como un objeto hecho a mano por campesinos o indígenas. Dentro de su finalidad la artesanía se observa como un objeto utilitario producido o hecho a mano, 2) como una actividad

<sup>66</sup>*Op. cit.*, 1988, pág. 157 y 158.

económica rural, 3) como microempresas (talleres) establecidos que se manejan dentro de la economía nacional (urbana y turística) con proyección internacional.

Por otra parte, la autora Marta Turok dice que “las premisas de las formas de producción que determinan que es una artesanía, depende de los medios geográficos naturales, en los grupos culturales y los aspectos simbólicos.”<sup>67</sup> Y esto deriva de las siguientes premisas:

- “El desarrollo científico y tecnológico.
- Relación entre el hombre, la sociedad y la naturaleza.
- La producción de artículos domésticos.”<sup>68</sup>

Dando así el auge de las artesanías determinadas por los materiales que ofrece el entorno físico por los procesos de descubrimiento y experimentación, las formas de organización, cooperación, la división del trabajo, y finalmente los elementos culturales (espirituales, simbólicos) que desarrollan la creatividad e innovación.

Las implicaciones que tiene un objeto artesanal son muchas, e interactúan entre sí; van desde el diseño hasta la situación (económica, social, tecnológica, etc.) en que se produce el mismo. De esta manera, el estudio comienza, con un esbozo del origen, auge y supuesta decadencia de las artesanías a través de sus múltiples condicionantes: las culturas, las históricas, las estrategias de sobrevivencia ante los cambios sociales y económicos, y las políticas gubernamentales de apoyo y fomento.

Cabe afirmar que, para términos de la presente investigación, se usa el término de artesanía desde el enfoque de un producto artesanal, de microempresas dentro de la dinámica de consumo tanto en el mercado nacional como internacional, pero sin dejar de lado que este producto se derivado de la cultura popular; sosteniendo las ventajas que la artesanía da al Estado-Nación.

Cuando la artesanía es el reflejo de la actividad económica de todas las zonas rurales o marginadas del país (las cuales son, según el INEGI, 2015, aproximadamente el 60% de todo el país<sup>69</sup>), del mercado nacional y su proyección internacional, como del contexto en el que se vive, cabe preguntarnos: ¿Qué es artesanía en el mercado, una industria? una oportunidad de desarrollo.

---

<sup>67</sup> *Op. cit.*, 1976, pág., 108.

<sup>68</sup> *Ibidem.*, 1988, pág. 32.

<sup>69</sup> “México en cifras”, INEGI, Dirección URL: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/>, [consultado durante el año 2016-2017].

## 1.1.- ¿Qué es artesanía en el mercado, una industria?

Desde la evolución del hombre se generaron utensilios de una forma rudimentaria para satisfacer necesidades. Es precisamente durante el periodo Neolítico -el desarrollo de la agricultura como actividad económica y el descubrimiento de los metales- donde se crean las condiciones para el desarrollo de la artesanía y el comercio. Este nos lleva a agregarle el elemento de identidad social y cultural a lo económico y estudiar su importancia.

Marta Turok afirma que “es precisamente en esta época del Neolítico y ámbito sedentario que se consolida nuestra historia: se crean las condiciones para el desarrollo de la artesanía y el comercio. Este tipo de economía la denominó la misma autora como “economía natural”: aquí el pasado y el presente se vuelven a amalgamar, pues aun que hablemos de épocas remotas aún es posible encontrar elementos de la economía natural en los países latinoamericanos.”<sup>70</sup>

También afirma que fue aquí donde “(...) surge una industria sin especialización, reemplazando a la agricultura, formando un solo sistema. Y que, conforme se van separando la agricultura de la industria, surgen las formas de organización para la producción que suponen una mayor infraestructura, tales como los talleres, que implica una inversión mayor de recursos en materiales o maquinaria, sueldos y mecanismos de comercialización, hasta llegar a las manufacturas y fábricas.”<sup>71</sup>

Es decir, se fabricaban estos utensilios de herramientas domésticas, por lo que no se manejaban como mercancía capitalista, ya que, era para consumo propio, para satisfacer las necesidades en la comunidad.

Entre las variantes de esta forma de industria, una se fue apartando de la agricultura y se convirtió propiamente en artesanía, aunque siempre asociada a ella y a la vida urbana, ello implicó que más allá de una industria se formara una relación artesana-comprador; ya que, se efectuaban los pagos en trueque (en especies) y posteriormente en moneda.

Este argumento nos acerca a definir actualmente la dinámica de consumo en el sector de artesanías, el cual, es un elemento principal para comprender cómo es la “economía natural” que se ha transformado según la oferta y demanda del mercado; ya no es bajo consumo particular de una sola región, si no bajo consumo de mercado.

---

<sup>70</sup>*Ibidem.*, 1988, pág. 23.

<sup>71</sup>*Ibid.*, 1988, pág. 106.

De igual manera se expandió esto no solo en las zonas rurales, sino, en las zonas urbanas, y en el extranjero. En el caso de México, principalmente en España, es donde fueron muy bien valoradas por su alta calidad, con un sello profundo de identidad.

Los productores de artesanías comenzaron a comercializar este utensilio cómo un producto o una mercancía, ya no de una forma doméstica, sino de una forma de producción mercantil, pero sin el establecimiento de una fábrica o industria como tal.

La conformación de gremios en la Nueva España (la nueva forma de organización social y propiedad) lograron la especialización de artesanos (talleres) y oficios (como el peluquero, el sastre, el herrero, etc.), logrando una nueva dinámica de producción. A partir de aquí, se privatizaron los medios de producción; los dueños de los talleres implementaron rigurosas condiciones de aprendizaje para controlar la competencia y evitar la proliferación de talleres.<sup>72</sup>

Ello se controlaba bajo ordenamientos reales. Esto permitió comprender que la competencia leal o el mercado justo desde épocas remotas se presentaron bajo acuerdos y regímenes de una organización social que a su vez es una organización política, donde se salvaguarda la exclusividad de origen de la mercancía y más cuando se tiene un sello cultural.

La Revolución Industrial, en el siglo XIX, fue una influencia en México y todo el mundo, el auge de nuevas tecnologías como el mejoramiento de las máquinas también permitieron el desarrollo de mejores herramientas y técnicas de producción en el sector de artesanías.<sup>73</sup>

La falta de una regulación eficaz y la evolución de la tecnología (la máquina de vapor principalmente) sustituyó a la artesanía como forma principal e indispensable de producción de utensilios, con ello, también son desplazadas del sector de bienes y servicios.

En otras palabras, se desplazaron a los pueblos originarios como los grandes mercaderes a través de sus formas de producción rudimentarias, que ya tenían auge en las “zonas urbanizadas”. Como consecuencia se vio a la artesanía como un objeto decorativo, folclórico con un símbolo histórico de lucha y derrocamiento de algunas monarquías e independencia; o como arte popular (con un símbolo cultural de identidad) destinado a ser parte de un acervo en un museo o manejado dentro del sector turístico, como actualmente se percibe. Se ven como una expresión artística sin fines utilitarios.

---

<sup>72</sup>Marta Turok, *Cómo acercarse a la artesanía*, 1988, pág.25.

<sup>73</sup>(...) misma que marca la modernidad social, económica y tecnológica.” *Op. cit.*, 1988, pág. 26.

En el mundo, no se hizo esperar una reacción ante ello, se luchó por la sobrevivencia de las artesanías y los oficios que representaban su forma de vida (su cultura), su forma de organización social y económica.

“Dichos productos eran consumidos por los sectores burgueses; quienes proveían a los sectores populares de bienes de capital, al consumir como un medio decoración (las vajillas, telas, muebles, etc.), los productos elaborados artesanalmente en los talleres más renombrados.”<sup>74</sup>

Marta Turok en su libro, “Cómo acercarse a la artesanía” (1988), redacta un hecho histórico de este periodo; (...) en la propia Inglaterra, sede de la Revolución Industrial, no dejó esperarse la reacción de un sector de la población que protestó en contra de eminente destrucción de “las artes y oficios”.<sup>75</sup>

Se inició un proceso de revalorización. De esta manera, el sello de lo hecho a mano se contrapuso a la producción en serie y se le agregó un valor cultural que antes no se había tenido que justificar. Así, por contener un valor implícito “lo hecho a mano” es muy bien valorado en zonas industrializadas, ya que sus productos son de alta calidad y más baratos que los fabricados con tecnología innovadora, así que en el mercado aún siguen siendo aceptados.

Por ejemplo, en México una olla de barro cuesta aproximadamente de \$ 50-300 pesos y una olla express de \$ 500-1000 pesos, juguetes de madera van de \$ 20-300 pesos y fabricados mínimo de \$100 a más de \$10,000, un molcajete de \$50- 100 una licuadora mínima de \$200-1000 pesos doméstica, etc.<sup>76</sup>

Estos son simples ejemplos que demuestran que pueden ser un gran producto competitivo en calidad y de menor precio para el consumidor, es cierto que las necesidades son más exigentes, pero de igual manera existe la necesidad constante por cuidar el medio ambiente; estos utensilios artesanales su forma de producción es sustentable, se adaptan a las condiciones y demanda del mercado.

Existen muchos factores a favor para que este sector sea valorado de nuevo bajo normas dictadas por el Estado-Nación; sin una privatización, simplemente para salvaguardar este mercado sustentable como un elemento del desarrollo en la economía, volverlo exclusivo

---

<sup>74</sup>*Ibidem.*, 1988, pág. 26.

<sup>75</sup>“(...) la fusión de la ciencia y la tecnología separó definitivamente las artesanías de la industria.” *Ibid.*, 1998, pág. 31.

<sup>76</sup>Datos Formulados en Práctica de campo, dic. de 2016 a Chignahuapan, Puebla.

y no extinguirlo, porque esto ha desencadenado a casi su agonizante desaparición. Es de suma importancia que esté protegido y regulado.

México ha basado su historia en este mercado, porque es un mercado muy maleable, que se adapta a las constantes modificaciones de mercado, ya sean por cuestiones económicas, sociales, culturales o evoluciones tecnológicas.

Para comprender qué es el mercado de artesanías se tienen que entender los procesos de producción, formas de organización y consumo (ya mencionados en el subcapítulo anterior). En ese sentido la forma en cómo se ha adaptado el mercado de artesanías en la época del capitalismo y la globalización se asemeja a la forma de producción de pequeños talleres capitalistas o manufactura.

Para la autora Marta Turok “esta forma de producción, presenta una serie de problemas e interrogantes ya que se ubica entre una brecha delgada entre la artesanía y la industria y afirma que a ello se le conoce como industria artesanal, industria rural, cottage-industry o microindustria.”<sup>77</sup>

¿Pero cómo diferenciar el mercado de artesanías, manufactura, de la industria? se debe de tomar en cuenta el trabajo a mano que incorpora y los recursos materiales empleados en su elaboración. La misma autora también presenta las siguientes características esenciales de la manufactura del mercado de artesanías como industria:

“1.- El dueño del taller o empresa deja de participar directamente como artesano para convertirse en empresario capitalista.

2.- Se emplea exclusivamente personal asalariado, en contraste con las otras formas de que se basan en, o se combinan, con la cooperación.

3.- Se consuma la división del trabajo de tipo fabril, en la que cada operario se especializa y realiza repetidamente una sola operación, lo que viene a modificar la relación vertical e integral que guarda el artesano con los materiales y procesos de producción en las primeras formas. El diseño y decorado de las piezas, a su vez, va recayendo en profesionales o por sugerencias de los dueños e intermediarios.

4. Una variante de la manufactura es el trabajo a domicilio, que consiste en contribuir una o varias fases del trabajo de talleres familiares o individuales

5. Predomina el pago a destajo o maquila, tanto en el taller como a domicilio, que consisten en el pago por fase o producto terminado y no por hora jornada trabajada. Se le

---

<sup>77</sup>Op. cit., 1988, pág. 117.



proporciona adicionalmente los materiales de producción del destajista; aumenta aún más el margen de ganancia del capitalista puesto que el que realizó el trabajo no será quien le agregue el valor, si no el que maneje la operación productiva y comercial.

6. No es una forma anacrónica de producción o resultado de lo que algunas personas consideran el atraso tecnológico del país, sino que está respondiendo –de nueva cuenta- a la producción de objetos eminentemente decorativos y suntuarios, consumidos por las capas medias y altos nacionales e internacionales, que buscan su diferenciación en el seno de la sociedad de consumo industrial rodeándose de lo distintivamente “hecho a mano”.<sup>78</sup>

Partiendo de estas características y de la organización de producción esta manufactura del mercado de artesanías en la industria origina tres tipos de relaciones económicas, como se observa en el siguiente diagrama III:

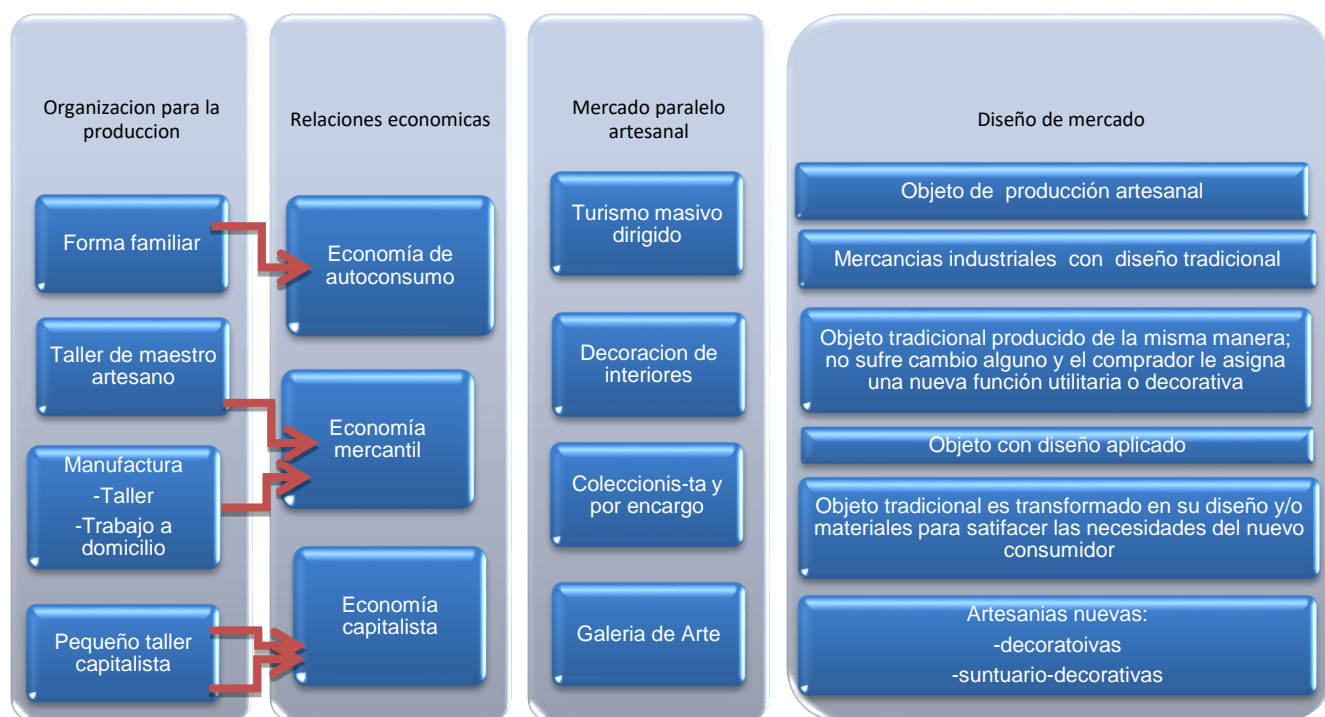


Diagrama III.- Relaciones económicas del mercado de artesanías. \*Tomado de *Ibidem.*, 1988, pág. 149.

Dependiendo de estas relaciones económicas se generan diferentes tipos de mercados paralelos al de la artesanía (turismo, decoración, coleccionistas, galerías de arte), que producen infinidad de empleos, de ello también parten los diferentes diseños destinados a cada mercado o consumidor como objetos de producción artesanal, mercancías industriales,

<sup>78</sup>*Op.cit.*, 1988, pág. 17 y 18.

el comprador asigna una nueva función utilitaria, objeto con diseño aplicado, artesanías de decoración o suntuario-decorativas.

Para ejemplificar la industria artesanal dentro de la manufactura podemos mencionar el caso de las esferas de vidrio navideñas de la región de Chignahuapan, Puebla. Tanto el mercado libre y la desigualdad de industrialización (en los países en vías de desarrollo, donde más existen más minorías de pueblos originarios, es decir, economías naturales) son factores que limita el crecimiento pleno de este sector de artesanías.

Otro factor que se ha implementado como algo que limita al mercado de las artesanías es que emerge de la tradición; para la economía capitalista es mejor lo que no perdura, porque al estar en constante innovación el capital se reactiva con mayores ventas y más consumidores. Pero se subestima que la cultura también es parte de los grandes negocios y constantes cambios.

He aquí la lucha de la conceptualización de la cultura dentro de la globalización, ya que se ve como un negocio, un mercado o empresa, es decir, una industria o consumo cultural. La definición de Industria cultural integra el turismo y al mercado de artesanías.

El autor Daniel Mato, en su ensayo "Todas las industrias son culturales: crítica desde la idea de industrias culturales y nuevas posibilidades de investigación"(2007), dice que: "(...) la idea de "consumo cultural" suele aplicarse no sólo al consumo de los productos de las industrias llamadas "culturales", sino también a otros tipos de "consumo", como por ejemplo, visitas a museos históricos, arqueológicos, de ciencia y arte, de artesanías y "cultura popular", visitas a galerías de arte, asistencia conciertos y obras de teatro, visitas a sitios arqueológicos, históricos y de valoración similar (...)."79

Este autor retoma el término de "industria cultural" y consumo cultural de dos autores Max Horkheimer y Theodor Adorno cuando debatían el termino de cultura de masas sobre su investigación en su libro Dialéctica del a ilustración (1998). Aquí, el autor Adorno Theodor sostenía que: "la idea de industria no debía interpretarse como sinónimo de manufactura; hoy, el término "industria" se aplica no solo para referir todas las ramas de la manufactura, sino, en general a todas las actividades económicas."80

---

<sup>79</sup>Daniel Mato, "Todas las industrias son culturales: crítica desde la idea de industrias culturales y nuevas posibilidades de investigación", Comunicación y Sociedad, núm. 8, julio-diciembre, 2007, Universidad de Guadalajara Zapopan, México, pág. 143.

<sup>80</sup>Es posible que está que esta extensión del uso de la palabra industria, a la que Adorno propiamente se acoge y a la que también me acojo, está asociada a que en 1948 la Organización de naciones Unidas, a través de su división de Estadísticas

Este término no solo ha sido acuñado por estos autores, o por organismos internacionales como la ONU; sino también, por todos los países que necesitan conocer sus índices económicos: para realizar estadísticas de producción, empleo, entre otros parámetros, que proponen investigar la vinculación de aspectos culturales con económicos.

Es decir, “la condición “cultural” de una industria no está limitada a los sentidos que diversas formas infunden a sus productos (sea a través del diseño, publicidad, mercado, etc.) ni tampoco a la producción de sentido de los consumidores en la apropiación y uso de sus productos. Su carácter cultural también está marcado por los modos en que se organiza la producción y el impacto que esto tiene en la vida social dentro y fuera de los espacios de producción y contextos sociales relacionados. Toda industria tiene este tipo de efectos, pero históricamente se ha visto que en ciertos momentos de la historia algunas industrias han tenido una mayor influencia social que otras en los modos en que han reorganizado sistemas de producción y distribución, y la vida social alrededor de esos sistemas.”<sup>81</sup>

Como por ejemplo la adaptabilidad del mercado de artesanías (como se ha analizado anteriormente) a las transformaciones y necesidades que demanda tanto el mercado mundial como nacional; desde tiempos remotos, la prehistoria, la colonización, la revolución industrial, la globalización hasta la actualidad.

De aquí parte la importancia de la artesanía en el mercado nacional desde tiempos remotos para el desarrollo tanto cultural, social, económico y político del país. Pone en evidencia la adaptación de este sector económico conforme a las necesidades del mercado mundial. Y por ende es necesario comprender lo que ha representado la artesanía mexicana en el país, en su historia, en la sociedad, en la cultura, en el mercado nacional y en el mundo.

---

(UNSD, por sus siglas en inglés), creo la “Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas” (conocida como CIIU en español y como ISIC en inglés), de la cual, desde entonces, ya se han creado cuatro revisiones. El caso es que ya en la segunda revisión, realizada en 1968, esta clasificación incluye varias ramas del comercio, las finanzas y los servicios personales y a la comunidad (incluyendo servicios culturales); y a la tercera revisión (1989), puede observarse la inclusión de la administración pública, los servicios de defensa, investigación y desarrollo, educación (...) que son nombradas como industrias.” *Op. cit.*, 2007, pág. 144.

<sup>81</sup> “(...) este fue el caso de la industria textil durante la revolución industrial del siglo XVIII. Por los cambios culturales, sociales, políticos y económicos que contrajo, y los cambios en la forma de producción, en forma de organización de la producción, trabajo, consumo, como la forma de vida rural y urbana en todo el mundo, hasta llegar a desarrollar la maquila y a la industria del vestido. Otro ejemplo es la evolución de la industria del automóvil, etc.” *Ibidem.*, 2007, pág. 144.

## 1.2.- Breve recuento de qué representa la artesanía en el mercado nacional

La historia y la cultura son herramientas clave para entender el origen de los artesanos en el mercado nacional y nivel mundial, en específico de los artesanos mexicanos actuales; y la importancia de su trabajo y la crisis por la que atraviesa este sector frente al libre mercado. En este sentido, la autora Victoria Novelo, comenta que se pueden distinguir dos principales factores en la conformación del artesanado mexicano actual: la indígena y la española. El artesanado europeo llegó a territorios mexicanos a partir de la Conquista con sus propias técnicas y formas de organización.<sup>82</sup>

La nueva España fue el resultado de la mezcla de culturas indígenas de sus diferentes regiones – azteca, la maya y la mixteca, entre otras- con las culturas europeas y árabe que dejaron sentir su influjo a través de España y las culturas asiáticas -como la china, la japonesa y la filipina-.<sup>83</sup>

Esta nueva sociedad generó nuevas necesidades donde paulatinamente se fueron mezclando insumos y técnicas europeas con la manera indígena de producir, que se satisfacían con lo que hoy llamamos artes aplicadas; es decir, la confección de objetos útiles (una silla, un plato, una manta o una reja) pero al mismo tiempo hechos con la intención de alcanzar lo que dictaban las corrientes estilísticas de la época.<sup>84</sup>

A partir de entonces, los artesanos se dividieron en dos sectores: un grupo rural que se refugió en las unidades domésticas y otro grupo de artesanos de carácter urbano, encabezado en un principio por los españoles, que tuvo un estatus importante en la sociedad colonial.<sup>85</sup>

Por ende, los orígenes de las artesanías mexicanas principalmente tienen su historia en las zonas rurales, debido a que los artesanos creaban una gran variedad de figuras de barro, madera, cerámica, alambre, migajón, cobre, textiles, cantera, vidrio, talavera, entre otros, que eran elementos de su territorio.

A pesar de que los españoles conquistaron a los pueblos originarios, conservaron la esencia de sus técnicas rudimentales para realiza instrumentos que satisficieran ciertas necesidades cotidianas, desde la vestimenta hasta utensilios: como cazuelas de barro.

---

<sup>82</sup>Victoria Novelo, “*La fuerza del trabajo artesanal en la industria mexicana*”, Simposio: “La Historia económica en la perspectiva arqueológica-industrial”, 2004, pág. 2.

<sup>83</sup>Ana Paulina Gómez, *Artes y oficios de la Nueva España*, Editorial Circulo de Arte, México, 2000, pág. 7.

<sup>84</sup>*Op. cit.*, 2000, pág. 8.

<sup>85</sup>*Ibidem.*, 2000, pág. 9.

Esto representó un acervo histórico para la formación de un Estado-nación, ya que, la forma de organización de la sociedad y la economía se conformaron a partir de gremios que fueron adoptados por los españoles, en la Nueva España, pero sin dejar de lado la costumbre y usos de los pueblos originarios.<sup>86</sup>

El trabajo se hacía en talleres dirigidos por un maestro, quien a su vez era dueño del establecimiento, cada maestro debía presentar un examen ante el gremio para alcanzar ese grado, con lo cual obtenía el derecho de poner su negocio y registrar su marca.<sup>87</sup> Estos gremios contenían los siguientes elementos o factores que no lograron que fueran muy viables:

-Ayuntamiento de la ciudad de México: tenía facultades administrativas y jurisdiccionales obtenidas de los monarcas americanos y europeos, que siguieron un intervencionismo reglamentarista, para tener un orden social.

-Municipio: se ocupó de las actividades manufactureras, para obtener mayores ganancias y ligar a más artesanos al gremio.

-Reglamentos: consagraban al gremio como una proyección del sistema jerárquico, paternal, solidario de la producción artesanal; fue el reflejo legislativo e ideológico de las relaciones sociales que imperaban en los talleres, es decir, en la división de los artesanos en maestros, oficiales y aprendices.

-Sistema de estratificación: es el aspecto técnico o calificación profesional.

-Organización sindical: divididos en oficiales para proteger a algunos talleres de artesanos-empresarios y de sus artesanos-trabajadores ante los gremios.

-Prestamos: que llevaron a endeudamientos, que ataron a los talleres al gremio.

-Rinconeros: mercado informal de artesanos no ligados a ningún gremio, pero que fueron tolerados por competitividad en la oferta y demanda.

---

<sup>86</sup>“A lo largo del siglo XVI, se organizaron gremios de diferentes oficios, y hacia los primeros años de la siguiente centuria se habían consolidado en las ciudades de México y Puebla, sobre todo. Durante los primeros dos tercios del siglo XVIII, estas corporaciones vivieron sus mejores años.

Los artesanos de origen español conservaron la tradición medieval de los gremios, agrupaciones que asociaban a trabajadores de un mismo oficio y cuyas ordenanzas regulaban las condiciones laborales de sus miembros, así como la fabricación y la venta de sus productos.” *Op. cit.*, 2000, pág. 9.

<sup>87</sup>“Esta prueba constaba de una parte teórica (con base, en preguntas) y otra práctica en la que se elaboraban algunas piezas. Antes de presentar el examen, los artesanos pasaban por dos etapas: durante la primera entraban como aprendices en el taller de un maestro, quien les enseñaba el oficio; en la segunda podían quedarse a trabajar como oficiales en el taller de su maestro o cambiarse a algún otro, ya con sueldo por sus jornadas. Finalmente, cuando tenían suficiente experiencia y habían reunido el dinero necesario para pagar un examen, podían solicitarlo ante el gremio.” *Ibíd.*, 2000, pág.10.

-Obrajeros: artesanos textiles, que se convirtieron en algodoneros y formaron sus talleres de maquila y posteriormente de manufactura (formando los pequeños talleres capitalistas de artesanos).<sup>88</sup>

Estos elementos lograron que se formara un monopolio gremial (una asociación empresarial), que no permitieran que los gremios fueran muy democráticos, más bien comenzaron a ser discriminatorios ante la cuestión étnica, las formas de producción y los apoyos difundidos a pequeños talleres de artesanos. El final de estas corporaciones artesanales fue resultado de la expiación del pensamiento económico liberal en la Nueva España (la libertad industrial), suspendiendo el funcionamiento de los gremios. Sin embargo, en la Nueva España y países hispanos, dio frutos como en Francia e Inglaterra donde esto provocó la motivación para un desarrollo industrial.<sup>89</sup>

A pesar de estos gremios, los indígenas conservaron las artesanías, destacaba entre ellas especialmente la plumaria, la laca y la cerámica bruñida, las cuales fueron tan apreciadas por los europeos que se llevaron (exportaron) al Viejo Mundo. Por su parte, los españoles adoptaron oficios como la forja, la cerámica vidriada y el bordado, que se volvería indispensable en estas tierras.<sup>90</sup>

Estas artes aplicadas (artesanías) derivaron principalmente de la forma de vida de la sociedad colonial, pero originarios siempre conservaron su esencia, sus costumbres y tradiciones que aplicaron en la forma de producir sus propias artesanías (sus propios utensilios con un sello de identidad, cultura y belleza) que reflejaban su presente.

Estos artesanos plasmaban y siguen plasmando en las artesanías mexicanas el folclore mexicano que distingue a la nación; reflejan la diversidad cultural y la riqueza creativa de los pueblos, logrando posicionarlos e identificarlos en todo el mundo.<sup>91</sup> Inscritas en este marco las artesanías reflejan la riqueza y diversidad tanto cultural como étnica de México.

Martínez Peñalosa, en su libro "Arte popular y artesanías artísticas de México, un acercamiento" (1998), hace hincapié en el proceso de reconocimiento de las artes populares dentro de un contexto histórico mediante acuerdos institucionales e internacionales. En su investigación reconoce que: "a partir de 1921 el gobierno de Álvaro Obregón dispuso que se

---

<sup>88</sup>Información y elementos obtenidos de Felipe Castro Gutiérrez, La extinción de la artesanía gremial, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Históricas, México, 1986, pág.142.

<sup>89</sup>*Ibidem.*, 1986, pág. 148.

<sup>90</sup>*Op. cit.*, 2000, pág. 10.

<sup>91</sup>Blog ProMéxico, "Productos mexicanos tradicionales", Dirección URL: <http://www.promexico.gob.mx/productos-mexicanos/las-tradicionales-artesantias-mexicanas.html>, [consultado durante el año 2016-2017].

celebrara dignamente el I centenario de la consumación de la independencia de México del Ejército Trigarante, el 27 de septiembre de 1821. Con aquel propósito de preparo un extenso programa de actividades culturales, artísticas y sociales y de fiestas populares. Se incluyó la celebración de una exposición de arte retrospectivo, que, gracias a la inteligente visión de dos pintores, Jorge Enciso y Roberto Montenegro, derivó a lo que fue, esto es, una exposición de artes popular.

Sin embargo, los organizadores del Congreso de Praga ignoraron el trabajo de los artistas mexicanos, no obstante que en 1922 se hizo una edición, aumentada, del Libro de Atl, y ese mismo año Catherin Ann Porter hizo Outline on Mexican Art and Crafts, un catálogo razonado de la exposición de artes populares mexicanos organizados por la entonces Secretaria de Industria, Comercio y Trabajo y presentada en los Ángeles, California.

Y poco después José Juan Tablada, al publicar en 1927 su historia del arte mexicano, utilizó diversas notas periodísticas de Atl que versaban de arte popular, anteriores a estas fechas. En 1928, el Instituto Internacional de Cooperación Intelectual, bajo los auspicios de la Liga de las Naciones, convocó el Congreso Internacional de Artes Populares, primero en su género que se reunió en Praga, del 7 al 13 de octubre de aquel año.<sup>92</sup>

Para el autor Efraín Frano Frías, al ubicarnos en nuestro contexto nacional, el arte popular recupera las actitudes oficiales que asumieron los primeros gobiernos emanados de la revolución, es decir, la posición que tuvo el Estado mexicano al generar el Proyecto Nacional de la Cultura en cabeza de la Secretaria de Educación Pública por José Vasconcelos, quien sistematizó y dio sentido, culturalmente hablando, al Estado mexicano posrevolucionario.<sup>93</sup>

---

<sup>92</sup>Martínez Peñalosa, *Arte popular y artesanías artísticas de México*, S.E.P., 1998, pp. 19-23.

<sup>93</sup>“Esta postura, habrá que mencionarlo, no es un resultado exclusivo del pensamiento liberal plasmado en diferentes planes e idearios de los líderes, sino que es la resultante de una serie de búsquedas y rechazos a estéticas y visiones culturales dominantes.

Propiamente, la actitud que asumió el grupo Ateneo de La Juventud, en 1909, es uno de los parteaguas de nuestra historia cultural. Si el siglo XX en México comienza en 1910, tomando como partidario el movimiento social llamado revolución, en cultura es con el programa del Ateneo cuando arrancamos esa centuria.

En buena medida en Ateneo representa el rechazo al positivismo, al afrancesamiento agobiante que vivía la cultura oficial; es la búsqueda de nuevas opciones, de revalorar otros espacios mentales culturales, entre estos lo autóctono. José Vasconcelos, como miembro que fue del Ateneo, supo reencarnar las aspiraciones del mismo y proyectarlas sistemáticamente cuando asumió la Secretaria de Educación Pública en la administración de Álvaro Obregón.” Efraín Frano Frías, *Cultura Popular y Artesanías*, Gobierno del Estado, Secretaría de Cultura, 2005, pág. 17 y 18.

Fue la primera manifestación del reconocimiento oficial de las artesanías mexicanas. A partir de este momento inició el proyecto de reconocer y fusionar, amalgamar y difundir elementos artísticos y culturales, provenientes de lo criollo prehispánico, lo indígena y de los diferentes grupos mestizos. El reconocimiento de las artes populares de México fue un proceso lento.

“Es verdad que desde el siglo XVI varias colecciones europeas contaban con piezas de arte indígena y popular (...) sin embargo, la postura occidentalizante (sic), sobre todo eurocéntrica, era una de las principales barreras para que, en ámbitos internacionales, las manifestaciones artístico-culturales de México alcanzaran un reconocimiento oficial (...), ya que, hay constancia de más de 9000 objetos de arte fuera de nuestro país ubicados básicamente en museos (...).”<sup>94</sup>

En 1982, el antropólogo mexicano Bonfil Batalla, creó la que el mismo llamó su “experiencia más enriquecedora y estimulante”, el Museo Nacional de Culturas Populares que hoy depende de la Secretaría de Cultural, recordaría en una entrevista que todo comenzó en 1980 cuando pasaba un mal momento. La SEP le ofreció crear un museo de artesanías pero él propuso algo más extenso, que reconociera la existencia de las culturas populares.<sup>95</sup>

Ha sido un proceso largo para obtener una revaloración a lo que tiene ya valor intrínseco de historia, cultura, identidad, actividad económica y desarrollo; su calidad y la forma en cómo es producida la artesanía ha hecho que sea de una forma sustentable de desarrollo para comunidades marginadas, como fuente de actividad económica, empleo, desarrollo e impulso microempresario actualmente, solo se necesita consolidar un plan estratégico viable como herramienta para su protección, auge y su proyección internacional.

“El trabajo artesanal genera diversas fuentes de trabajo e ingreso para los artesanos que viven en medios rurales, y una forma de representar internacionalmente a México. Durante el tercer trimestre de 2011, más de 1, 800,000 personas mayores de 15 años se emplearon en alguna actividad artesanal o relacionada con este rubro. De éstas, 507,368 laboraron como parte de la población ocupada que se dedica de tiempo completo a la actividad, divididos en: 6,573 jefes, supervisores o trabajadores de control en actividades artesanales, de

---

<sup>94</sup> *Ibidem.*, 2005, pág. 18.

<sup>95</sup> Luis Carlos Sánchez, “El profundo Guillermo Bonfil Batalla; 25 aniversario luctuoso”, *Excélsior*, abril del 2017, México, Dirección URL: <http://www.excelsior.com.mx/expresiones/2016/07/19/110575>, [consultado durante el año de 2017].



transformación y de reparación y mantenimiento; 377,772 artesanos, trabajadores fabriles y trabajadores en actividades de reparación y mantenimiento; y 116,409 ayudantes y similares en este proceso, entre otros.”<sup>96</sup>

Los productos artesanales para el mercado de exportación son, principalmente: talavera (Puebla), barro negro (Oaxaca), repujado (Zacatecas), textiles bordados a mano (diferentes tipos a escala nacional), manta (región centro-sureste), tejidos en mimbre (Tabasco), muebles de madera, cerámica y artículos de decoración en barro (región sureste).<sup>97</sup>

Casi en su totalidad, las empresas artesanales (98%) son catalogadas como pequeñas y medianas que usan una gran variedad de materiales de origen natural, mineral y animal. La

---

<sup>96</sup>En la población subocupada (personas que pueden trabajar más tiempo o sólo dedicarse parcialmente a la actividad) las cantidades fueron las siguientes: 34,696 jefes o supervisores de control; 808 869 artesanos, trabajadores fabriles y trabajadores en actividades de reparación y mantenimiento; y 378,395 ayudantes y similares. Es decir, 1,290,547 empleados del sector artesanal que además buscan otro empleo para satisfacer sus necesidades.

La población ocupada dedicada a las labores artesanales durante el tercer trimestre de 2011, clasificada por sexo, corresponde a de 2011.141,949 mujeres (28.35%) y 358,805 hombres (71.65%). Las entidades federativas con más trabajadores industriales, artesanos y ayudantes son: Oaxaca con 58,398 personas; Guerrero con 39,107; Estado de México con 34,687; Jalisco con 32,504, y Yucatán con 29,310. Los grupos de edad de los trabajadores del ámbito artesanal en el sector de la población ocupada durante el tercer trimestre de 2011 se distribuyeron de la siguiente manera: de 14 a 19 años (3.83%); entre 20 y 29 (15.49%); de 30 a 39 (28.28%); entre 40 y 49 (27.17%); de 50 a 59 (19.21%), y mayores de 60 (6.01%). La mayor parte de la población ocupada en la actividad artesanal en el primer trimestre de 2011 tuvo ingresos menores a un salario mínimo.

El número de varones (80.57%) quintuplica el de las mujeres (19.43%) que trabajan de forma subocupada en las actividades artesanales. Las entidades federativas que concentran mayor cantidad de trabajadores artesanos y similares en subocupación son: Estado de México (120,348); Tamaulipas (106,722); Jalisco (106,163); Guanajuato (103,760) y Nuevo León (79,020). Las edades de este sector de empleados son: de 14 a 19 años (6.64%); entre 20 y 29 (21.63%); de 30 a 39 (26.44%); entre 40 y 49 (23.47%); de 50 a 59 (14.22%), y mayores de 60 (7.57%). En cuanto al rubro de ingresos por Entidad: Aguascalientes 1,610 Morelos 4,961 Baja California 6,512 Nayarit 6,028 Baja California Sur 5,148 Nuevo León 23,350 Campeche 5,905 Oaxaca 58,398 Coahuila 19,594 Puebla 28,354 Colima 4,395 Querétaro 2,836 Chiapas 12,821 Quintana Roo 13,290 Chihuahua 2,812 San Luis Potosí 10,658 Distrito Federal 7,736 Sinaloa 14,259 Durango 4,739 Sonora 25,329 Guanajuato 13,383 Tabasco 5,256 Guerrero 39,107 Tamaulipas 28,027 Hidalgo 10,511 Tlaxcala 10,157 Jalisco 32,504 Veracruz 24,958 Estado de México 34,687 Yucatán 29,310 Michoacán 11,640 Zacatecas 9,093. 42,366 subocupados no perciben salario; 308,637 ganan menos de un salario mínimo; 393,272 obtienen entre uno y dos salarios mínimos; 247,357 tienen como remuneración entre dos y tres salarios; 187,428 de tres a cinco, y 46,007 más de cinco salarios mínimos.” “Los datos pertenecen al campo de “grupos de población secundaria” que incluye trabajadores industriales, artesanos y ayudantes. La metodología usada para el número de trabajadores en actividades artesanales corresponde a los datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del tercer trimestre de 2011 (INEGI)”. INEGI, “*Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*”, Resultados del tercer trimestre de 2011, Dirección URL: [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx), [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>97</sup>Dulce María López Prados, Plan de negocios de exportación de accesorios típicos artesanales mexicanos a Italia, Universidad de Las Américas Puebla (UDLAP), Puebla, 2006, pág. 38.

exportación tiene como destino final principalmente Estados Unidos de América (91%). En el caso de la Unión Europea, México es el principal vendedor de toda América Latina, pero las artesanías representan sólo 2.7% del monto total de exportación.<sup>98</sup>

Las artesanías mexicanas son símbolo de la riqueza natural, cultural que existe en el país. La elaboración de las artesanías mexicanas va más allá de una industria; su importancia ha sido desplazada pero aun así ha demostrado dar frutos y generar empleos para la sociedad margina, ser un sustento y desarrollo de comunidades rezagadas, con productos de calidad, belleza; con identidad y arte, que unifican a una nación.

Con un buen plan estratégico puede ser una gran fuente de desarrollo del país en conjunto con el Estado-Nación. En el comercio nacional las artesanías mexicanas se consideran un sector privilegiado por sus formas, sus texturas y patrones tradicionales, además del valor agregado que le da el trabajo del artesano. Esto hace que pueda ser un mercado muy atractivo a nivel internacional.

## **Capítulo 2.- La proyección internacional del mercado de artesanías mexicanas**

La liberalización del mercado ha afectado considerablemente al mercado de artesanías mexicanas tanto a nivel interno como su proyección internacional. A nivel mundial, en la era de la globalización y neoliberalismo el mercado artesanal se ve de la siguiente manera:

“1.- Aquella artesanía que tiene un carácter tradicional mismo que está basado en la propia creatividad del artesano en coordinación con el dominio de la técnica y de los materiales utilizados. Esta producción cuenta con valor estético y cultural, no está producido en masa por lo que puede diferenciarse de otras artesanías y tener mayor competencia en el mercado. Son obras únicas y por tanto su valor comercial es mayor, aun así, el comprador está dispuesto a invertir y a pagar por sus propios atributos tanto culturales como estéticos.

2.- Por otro lado, tenemos la artesanía comercial, para la cual su fin es la venta masiva de productos. La finalidad es producir mayor cantidad para que se pueda colocar en el mercado a un precio más bajo para así poder vender más. Este tipo de artesanía es más del tipo “suvenir”.<sup>99</sup>

Toda artesanía tendrían que estar protegida por un comercio justo a través de organismos internacionales (como: la Organización Mundial del Comercio (OMC), la

---

<sup>98</sup>Secretaría de Desarrollo Económico y Sustentable del Estado de Guanajuato, “Sector artesanal”, Dirección URL: <http://sde.guanajuato.gob.mx/index>, [consultado durante noviembre de 2016].

<sup>99</sup>Arturo Sánchez, Desarrollo de productos en el sector servicios y en el sector cultural, SDNPI, UAM-A, 2011, pág. 3.

Organización Mundial de Propiedad Industrial e Intelectual (OMPI) o la UNESCO) porque involucra y engloba relaciones internacionales entre dos o más países a nivel cultural, económico, social y hasta político.

Sin embargo, “la UNESCO es la única organización internacional que tiene una visión global del papel sociocultural y económico de la artesanía en la sociedad y, desde hace numerosos años, se ocupa de desarrollar una acción armoniosa, coherente y concertada en favor de este sector. Los programas dedicados a la artesanía integran actividades de formación y promoción, estimulando la cooperación necesaria entre los organismos nacionales interesados, las organizaciones regionales, internacionales y no-gubernamentales. El objetivo de estas actividades es demostrar a las autoridades concernidas la prioridad que merece la artesanía en los programas nacionales de desarrollo”.<sup>100</sup>

Cabe mencionar que la protección de la comercialización de estos productos artesanales queda bajo patrimonio cultural de cada país. No existe como tal un organismo que salvaguarde ello en México, ni por lo menos que siga las recomendaciones de estos organismos internacionales. En el caso de la comercialización de productos artesanales mexicanos no se cuenta con una cooperación u organismo favorable que de impulso o fomento adecuadamente este sector.

Las consecuencias de la liberalización del mercado en el sector de artesanías parte de la falta de un proyecto nacional estratégico para darle potencial a este sector y que sea competitivo a nivel internacional. Estas consecuencias se pueden en listar en las siguientes cuestiones:

- “-La competencia desleal interna.
- Desilusión de artesanos porque los resultados no reflejaron aumento de ventas.
- Pérdida de empleos y quiebre de microempresas o negocios artesanales.
- Un factor menos al desarrollo del sector turístico.
- Disminución de divisas al país.
- Pérdida de identidad en los productos artesanales.
- Pérdida de usos y costumbres
- Pérdida de la representación de la identidad mexicana a nivel internacional.
- Falsificación de productos artesanales por la alta corrupción y la falta de protección interna

---

<sup>100</sup>Portal web oficial de la UNESCO, Dirección URL: <http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php>, [consultado durante el año 2016-2017].

- La competencia desleal del ingreso de productos artesanales chinos idénticos a los nacionales.
- Desconfianza del consumidor (tanto en consumo interno como el de exportación).<sup>101</sup>

A través de los años se ha podido lidiar con esto, pero una de las cuestiones más preocupante es la falsificación de productos artesanales provenientes de países como China, por la fuerte corrupción interna existente en la comercialización de la producción de las artesanías, sin un ente que las salvaguarde y la falta de un plan estratégico eficaz de comercialización.

Se observa claramente que la competencia desleal de productos apócrifos chinos en la comercialización de productos artesanales deriva no solo de la evolución de esta economía emergente, sino también por la transacción de México de ser una economía cerrada a una economía totalmente abierta, donde se deja de lado el papel del Estado en la regulación o protección de este sector y mercado.<sup>102</sup> Esto también contrae pérdidas de relaciones comerciales con otros países, al preferir productos de bajo precio, sin importar la baja calidad. Aunque las artesanías mexicanas son bien valoradas por su alta calidad en países europeos, donde el consumidor es muy exigente y altamente responsable.

Este ejemplo denota que la regulación jurídica que debería sustentar al mercado nacional de artesanías del país, en el comercio exterior, no va acorde a las necesidades y la competencia en el mercado internacional de artesanías; aunque a pesar de ello, este mercado trate de adaptarse, sobrevivir y evolucionar. Esto arroja que la problemática parte de la falta de una regulación interna y un plan de desarrollo estratégico viable de comercio exterior con proyección internacional, que proteja el mercado artesanal mexicano a nivel mundial.

---

<sup>101</sup>Datos obtenidos de *Ibidem.*, 2011, pág. 11.

<sup>102</sup>“Otro factor es la relación comercial que ha tenido México con China desde su ingreso a la OMC (en el año 2001), por conceso de los Estados miembros. Al principio no se estaba de acuerdo de su ingreso a esta organización, ya que, México demandó a este país por la falsificación de productos mexicanos y la competencia desleal. Esto fue un proceso donde el Estado se sirvió de los organismos internacionales logrando que para el mismo año se firmara el Tratado de paz, para contrarrestar los daños al mercado nacional.” Eduardo Camacho, “*Productos chinos inundan de lleno al mercado mexicano*”, El Universal, publicado el martes 22 de noviembre de 2011, [consultado durante el año 2017].

## 2.1.- Panorama general del fomento y promoción del mercado de artesanías mexicanas a nivel mundial

A nivel internacional las artesanías mexicanas tienen un amplio reconocimiento y valoración, representan un mercado atractivo con potencial de crecimiento y muy prometedor, lo lamentable es que a nivel interno se ve como un sector marginado. Frente al libre mercado se observa que esto tiene ciertas limitantes, ya que, de los 12 Tratados de Libre Comercio con los que cuenta México con diferentes países, como: EU, UE, Japón, Chile, Colombia, etc.,<sup>103</sup> no existe un apartado específico y amplio donde se regule este sector, donde se pueda servir de ello y menos a nivel interno.

Es necesario incrementar los negocios comerciales en el extranjero de forma favorable, con la finalidad de abrir mercados para la exportación de productos artesanales, permitiendo que lleguen a diferentes lugares del mundo para ser valoradas por el trabajo que tienen implícito y para posicionar a México como un país competitivo que hace las cosas bien y de calidad.

En cuanto a los productos mexicanos, cabe resaltar que las artesanías, regalos y productos de decoración, se producen en casi todo el territorio mexicano, manteniendo la identidad regional y las tradiciones en cuanto a diseños y desarrollo de los mismos. Los artículos nacionales tienen identidad y personalidad propia, que los distingue de otros productos asiáticos o de origen latinoamericano; por ello es importante seguir manteniendo esta característica, siempre y cuando se combine con el diseño de nuevos modelos y formas, cuidando sus peculiaridades nacionales.<sup>104</sup>

Dentro del sector de artículos de regalos, la plata, oro, ónix, barro, cerámicas, madera, cuadros prehispánicos, telas bordadas a mano, son algunos ejemplos de las artesanías con una mayor participación en el comercio internacional. En materia de exportación las

---

<sup>103</sup>Secretaría de Gobierno, “Comercio Exterior / Países con Tratados y Acuerdos firmados con México”, Dirección URL: <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>, [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>104</sup>Forbes México, “México y sus artesanías en el mundo”, publicado el 14 de agosto de 2014, Dirección URL: <https://www.forbes.com.mx/mexico-y-sus-artesantias-en-el-mundo/>, [consultado durante el año 2016-2017].

tradicionales artesanías mexicanas tienen una mayor demanda en países como España, Canadá, Estados Unidos, Colombia, Alemania, Italia, Australia, entre otros.<sup>105</sup>

Es interesante anotar que a pesar de los millones de artesanos que hay en México, las formas de organización para la producción, la gran diversidad cultural y el diseño, no les han dado competitividad internacional a logros de Filipinas, Indonesia, India y, claro Taiwan, Korea, Japón y la República Popular China. La diferencia radica en que estos logran manufacturar suficiente producción con la estandarización que exige dicho mercado, y adaptan sus líneas a las modas europeas y americanas, con lo que logran mantenerse en él; en lo contrario, lo mexicano es apreciado y conocido por su singularidad y producción limitada.<sup>106</sup>

Esta producción que se plantea como una industria fuerte de estos países es porque el Estado-Nación las valora y las ve como una fuente de desarrollo. Para el estado-mexicano la prioridad es negociar con transnacionales, con inversión extranjera y no se impulsa el mercado interno, su mano de obra, sus innovadores, sus microempresarios. Por ello el mercado de artesanías mexicano a nivel internacional se ve limitado y se ve valorado más por su singularidad (producción limitada) que por lo que realmente puede desarrollar.

Esta vulnerabilidad del mercado de artesanías actualmente hace que la competencia de transnacionales (monopolios) o economías emergentes también se convierta en una limitante. Se vuelve un círculo vicioso donde el Estado no impulsa este sector, y no se obtienen los beneficios adecuados, aunque sea una actividad económica con gran potencial. La falta de protección nacional y proyección a nivel internacional, hacen que se pierdan las grandes bondades de capacidad de desarrollo que le puede dar al país el mercado de artesanías.

A pesar de ello, estos productos artesanales se adaptan a estas adversidades y son bien recibidos en las zonas turísticas nacionales e internacionales, por ser productos que siempre asombran, por su calidad y que intrigan a los visitantes tanto extranjeros como a los nacionales. Esto propicia que el artesano tenga un sinfín de lugares donde establecer un negocio de artesanías mexicanas. Hay empresas nacionales que han podido expandir sus negocios más allá de las fronteras cuyos productos fueron primero artesanales como la Cerveza Victoria, BIMBO, JUMEX, entre otras, y que ahora en día son reconocidas a nivel internacional.

---

<sup>105</sup>Francisco J. Sales Heredia, *Las artesanías en México situación actual y retos*, Primera Edición, Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública, México, noviembre 2013, pág. 40.

<sup>106</sup>*Ibidem.*, 2013, pág. 48.

La comercialización de productos artesanales a nivel internacional también es una forma de desarrollo tanto regional como en el sector turístico del país. Le da tanto una identidad a la nación como una fuerte proyección internacional.

Es un acercamiento entre las naciones para conocer, valorar y respetar la diversidad cultural derivando de factores sociales, económicos e históricos, que día a día se modifican; pero lo que se propone es que se trabaje con formas inducidas, que son las que promueve el Estado, es decir, los organismos, el gobierno e instituciones -en este caso el Fondo Nacional Para El Fomento De Las Artesanía (FONART) y el BANCOMEXT-, con una forma adecuada para darle una mayor estabilidad y proyección internacional a este mercado.

Por lo anterior, el gobierno federal durante el mandato de Luis Echeverría creó un fideicomiso llamado FONART -fundado por decreto presidencial en junio de 1974, , inscrito a la Secretaría de Desarrollo Social, SEDESOL, que tiene como objetivo promover la actividad artesanal y así contribuir a la generación de un mayor ingreso familiar, a través de la utilización de nuevas tecnologías<sup>107</sup>, que permitan mejorar el proceso productivo frente a las competencia de nuevas innovaciones en productos artesanales que van a la vanguardia de la coyuntura o el contexto internacional: el liberalismo y la globalización.

El objetivo principal del FONART es el manejo de materiales, técnicas, diseños y elementos iconográficos que puedan desarrollar los artesanos. Pero el hecho de que también estén dentro del esquema de actividades de la SEDESOL hace un proceso lento, ya que solo se realizan estudios o proyectos para pocas comunidades según sus ingresos y no para toda la comunidad artesanal en general.

En México hay registradas por el FONART aproximadamente diez mil diferentes piezas (artesanías) en 19 ramos: textil, joyería, máscaras, espejos, cerámica, entre otros-, pero no cuenta con un catálogo completo de esa producción<sup>108</sup>; ya que, este sector es relegado por el Estado como mercado, por el bajo ingreso de divisas que entran al país por su comercialización.

Por otra parte, el apoyo que brinda la institución a los artesanos se basa conforme al ingreso per cápita que pueda generar la comunidad y sólo en esas condiciones el artesano puede tener acceso a los criterios de selección para ser atendido. Este beneficio se otorga por

---

<sup>107</sup>Fondo Nacional Para El Fomento De Las Artesanía (FONART), Dirección URL: <http://www.fonart.gob.mx/web/index.php>, [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>108</sup>*Ibidem.*, FONART, Dirección URL: <http://www.fonart.gob.mx/web/index.php>, [consultado durante el año 2016-2017].

un proceso largo a través de un cuestionario de información económica y social que permite conocer el nivel de vida del artesano y las condiciones en las cuales trabaja.

Para cumplir con ello, el programa de FONART cuenta con 5 vertientes que se les otorgan a artesanos que pasaron por un proceso de selección, que en cierta medida es una tanto incongruente:

1.-“Capacitación integral y asistencia técnica. Actividad destinada a los grupos de artesanos que requieren información acerca de cómo organizarse, cómo distribuir los trabajos según sus habilidades y cómo conformar jurídica y administrativamente el grupo o empresa y comercializar. Supuestamente la asistencia intenta ser integral, pero no hay realmente un seguimiento comercial, si no solo como una beca de sustento limitado, si el artesano comprueba necesitar la ayuda y cuenta con buena producción de su artesanía, (es decir, si es ya casi una industria en serie).

Después, si existe la posibilidad de insertarlos en un mercado para darle más oportunidades a sus productos, se proporciona la asistencia técnica, que consiste en acercarlos a mejores formas de producción.

Pero en la realidad este punto es un poco incongruente en dos sentidos: el artesano que será beneficiado de esta asistencia técnica debe demostrar que genera buenos ingresos, pero a la vez que se encuentre en condiciones pobreza extrema. Dos, su producto como contara con mayor producción antes de ser seleccionado si por ello mismo se pide del impulso del Estado-Nación, porque el artesano en zona rural no cuenta con todos los beneficios, por tenerlo en la visión de un sector marginado.

2.-Posteriormente, cuando los artesanos ya pasan este proceso de selección, de asistencia técnica y de beca limitada, se proporciona apoyo a la producción. Un recurso que el organismo brinda a los grupos de artesanos para la compra de materiales o de herramientas.

3.-Adquisición de artesanías y apoyos a la comercialización. La intención es que, una vez resuelta la primera etapa de apoyo en asistencia técnica, los artesanos tengan forma de comercializar sus productos.

4.-Finalmente, los concursos de arte popular son otra actividad constante desde la fundación del organismo. Con ellos se busca, por un lado, preservar los diseños y los productos. El problema es que, en la mayoría de los casos, solo son para productos que requieren promover en ciertos eventos culturales.

5.-Vision de generar la cooperación o colaboración con otras Asociaciones civiles y organismos que atienden el fomento artesanal. Sin embargo, no se ha podido desarrollar un programa o plan en conjunto.”<sup>109</sup>

---

<sup>109</sup>Datos obtenidos de Francisco J. Sales Heredia, Las artesanías en México situación actual y retos, Primera edición, Centro de Estudios Sociales y Opinión Publica, México, noviembre 2013, pág. 24 y 25.



Este proceso es tardado, solo es como una beca de manutención, la cual no da impulso a talleres artesanales o a la comercialización de sus productos, para así generar auto sustento, más empleos. Estas vertientes son muy buenas, solo que el proceso de selección es muy limitado y largo, tanto que no cuenta con las herramientas suficientes en el estudio de cómo comercializar e impulsar el mercado de artesanías tanto a nivel nacional como internacional.

Otra instancia de apoyo es el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), que tiene como misión formar y apoyar al empresario mexicano con servicios financieros y promocionales para que ingrese exitosamente en los mercados internacionales; así como promover la inversión nacional y extranjera. Para las empresas interesadas en integrarse a las actividades de comercio exterior o que desean consolidar, incrementar o diversificar sus operaciones comerciales con el exterior, el BANCOMEXT les ofrece una amplia gama de instrumentos promocionales y financieros, así como esquemas de apoyo creados para facilitarles sus operaciones de negocios internacionales. La estrategia de BANCOMEXT para las actividades promocionales considera seis objetivos principales para enfrentar los retos que imponen la dinámica mundial del comercio y la inversión, los cuales son:

- Incrementar las exportaciones y el número de empresas que exportan utilizando los servicios de BANCOMEXT.
- Desarrollar proveedores de las empresas exportadoras y apoyar la sustitución de importaciones.
- Aumentar la oferta de servicios de promoción para apoyar las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas.
- Aprovechar la tecnología de punta en materia de sistemas y telecomunicaciones para difundir oportunidades de negocios en México y en el exterior.
- Fortalecer la concertación de alianzas estratégicas y la promoción de inversión extranjera en México, en un entorno en el que se interrelacionan la exportación de productos y servicios con proyectos de inversión, subcontratación y maquila.
- Integrar el binomio promoción-financiamiento mediante esquemas que apoyen de manera integral la participación de las empresas mexicanas en el comercio exterior.
- Para llevar a cabo su actividad promocional en el exterior, el BANCOMEXT cuenta con un grupo de promotores en comercio e inversión que se apoya en una sólida

infraestructura de comunicaciones y sistemas que le permite estar en contacto permanente con las oficinas regionales en todo el país.<sup>110</sup>

Saber las formas de fomentos y las formas de estrategias de distribución hace más sólida una exportación. Lo malo es que esto va dirigido para empresarios ya consolidados, para prestar servicios solo como de intermediario. Se han creado muchas formas distintas de fomento y promoción para comercialización de diversos productos, pero no se han enfocado directamente a microempresarios de zonas rurales o de bajos recursos.

Es entendible que haya microempresas intermediarias que comercializan los productos a nivel internacional y que esas no carezcan o necesiten de tanto impulso, pero un artesano de clase media o en pobreza extrema, si necesita de esos fomentos para crecer y generar desarrollo a más escala o generar empleo con las nuevas generaciones adaptándose a las necesidades que demanda el mercado mundial, como es el caso exitoso de los talleres de artesanías mexicanas de esferas de vidrio de Chignahupan, Puebla y la comercialización de sus productos a Europa.

---

110“Los promotores en México, con el respaldo de las oficinas en el exterior, cubren las necesidades particulares de cada empresa de acuerdo a sus conocimientos y experiencias sobre el proceso exportador, atienden las necesidades de los empresarios mexicanos en las etapas de formación para exportar, exploración del mercado, presencia en el mercado y comercialización, solo con lo que hay sin proponer mejoras o alternativas.” Datos obtenidos de BANCOMEXT, Dirección URL: <http://www.bancomext.com/>, [consultado durante el año de 2016-2017].

## 2.2.-El caso exitoso del mercado nacional de esferas de vidrio soplado (navideñas) de la región de Chignahuapan, Puebla: sus primeras exportaciones

Las constantes innovaciones en el sector de artesanías y la liberalización del mercado nacional, han provocado que se busquen nuevas alternativas de protección dentro de la comercialización de artesanías. Para llegar a ser la región de origen de producción se cuenta con una historia detrás; ello, le da identidad tanto a esa región como al país. Esto comienza desde la herencia de la colonización a la independencia; etapas que marcaron el comienzo de la expansión del mercado de artesanías mexicanas (estudiado en el capítulo 1).

En México, si lo vemos en una forma favorable, esto ha ayudado a que el mercado de artesanías tenga un mínimo impulso a nivel mundial, debido a que los artesanos buscan diversificar su producción; y, llegar a países con costumbres y tradiciones similares, para dar un mayor crecimiento y desarrollo a este sector.

Para tener más claro este punto se realizó una práctica de campo a los talleres de producción de artesanías de esferas de vidrio soplado navideñas de Chignahuapan, Puebla, en diciembre de 2016; donde se recabo información por medio de entrevistas directas a artesanos, archivando artículos periódicos de la zona y por medio de recaudación de fotos.



Mapa 5. Ubicación de Puebla y Chignahuapan.

\*Imágenes tomadas del Blog México Querido, Dirección URL: [http://www.mexicoquerido.com.mx/puebla/es/destinos/dePdes.php?\\_idDestino=4](http://www.mexicoquerido.com.mx/puebla/es/destinos/dePdes.php?_idDestino=4), [consultado durante el año 2016-2017].



**Ilustración 3. Bodega de pintura de esferas de vidrio soplado en Chignahuapan, Puebla.** \*Foto tomada en Practica de campo, dic. de 2016 a los talleres de elaboración de esferas de vidrio de Chignahuapan, Puebla.

paralelos 19° 39' 42" y 19° 58' 48" de latitud norte y los meridianos 97° 57' 18" y 98° 18' 06" de longitud occidental. Sus colindancias son al Norte con Zacatlán, al Sur con el Estado de Tlaxcala, al Oeste con Zacatlán y Aquixtla y al Poniente con el Estado de Hidalgo. Tiene una distancia aproximada a la Ciudad de Puebla de 98 km<sup>111</sup> y un tiempo aproximado de viaje de 2 horas con 15 minutos desde la Ciudad de México.<sup>112</sup> Sus principales actividades económicas son la

Agricultura, silvicultura y el comercio, además de la fabricación de esferas navideñas, su número de habitantes aproximado es de 12,940.<sup>113</sup> Como se mencionó la agricultura es una actividad económica fuerte en esta región, pero no sostenible, ya que, es por temporada.

Es fundamental analizar cómo este mercado nacional de artesanías de esferas de vidrio soplado de la región de Chignahuapan, podría adaptarse y diversificarse según las necesidades que demanda el mercado mundial. Chignahuapan es un municipio ubicado en la Sierra Norte, en Puebla, su nombre en náhuatl significa "donde abunda el agua". Sus coordenadas geográficas son: los



**Ilustración 4. Decoración de esferas navideñas, Chignahuapan.** \*Foto tomada en Practica de campo, dic. de 2016 a los talleres de elaboración de esferas de vidrio de Chignahuapan, Puebla.

<sup>111</sup>Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México: Estado de Puebla, "*Municipio de Chignahuapan*", Gobierno del Estado de Puebla, México, 2013.

<sup>112</sup>Urbeconómica, "*Esferas en Chignahuapan, Pueblo Mágico*", publicado el miércoles 17 de octubre de 2012 a las 11:09, Dirección URL: [http://urbeconomica.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico](http://urbeconomica.com/index.php?option=com_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico), [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>113</sup>*Op. cit.*, Gobierno del Estado de Puebla, México, 2013.



**Ilustración 6. Decoración de esferas navideñas, Chignahuapan.** \*Foto tomada en Practica de campo, dic. de 2016 a los talleres de elaboración de esferas de vidrio de Chignahuapan, Puebla.

Por ello, la población busco expandir sus fuentes de empleo de una forma tradicional, con el desarrollo de oficios alternativos y mini talleres esfereros que se están transformando en microempresarios adaptándose tanto a la demanda interna como mundial.

La producción de esferas en este municipio poblano comenzó hace tres décadas, con Rafael Méndez Núñez, primer esferero conocido de la región, quién montó un pequeño taller con unos pocos artesanos propiciando años después un verdadero negocio a nivel regional en Chignahuapan.<sup>114</sup> México

cuenta con gente capaz de innovar y ser emprendedor, con ganas de crecer, pero sobre todo de querer un mejor país.

Para su elaboración, los artesanos de estos talleres dicen que “la confección de una esfera se asemeja a la composición de un poema”; ya que, el trabajo es delicado y de una gran calidad. Al calor de los sopletes, los artesanos van dándole forma a las piezas de vidrio de diferentes tamaños y grosores. El tiempo que un globiador dedica a darle forma a cada pieza es de tan sólo 30 segundos. Luego se realiza el proceso de enfriamiento y se le aplica a la esfera la pintura base, por lo general de tonalidades plateadas o mate.<sup>115</sup>

La decoración es la fase más distinguida pues cada esfera tomará la personalidad única que le imprima el artesano al atribuirle un diseño a base de pinturas, óleos y diamantinas. Un decorador puede pintar por día entre 5 mil a 100 esferas navideñas, dependiendo del tamaño y la complejidad del diseño que lleve cada una de ellas.



**Ilustración 7 Decoración final de esferas navideñas, taller de Chignahuapan.** \*Foto tomada en Practica de campo, dic. de 2016 a los talleres de elaboración de esferas de vidrio de Chignahuapan, Puebla.

<sup>114</sup>*Ibidem.*, Gobierno del Estado de Puebla, México, 2013.

<sup>115</sup>*Op. cit.*, practica de campo, dic. de 2016.



**Ilustración 7. Taller de elaboración de esferas Navideñas, Chignahuapan.** \*Foto tomada en Practica de campo, dic. de 2016 a los talleres de elaboración de esferas de vidrio de Chignahuapan, Puebla.

Finalmente, se les coloca el gancho y son empacadas. Así, los habitantes de Chignahuapan dan vida a un sin número de esferas de diferentes diseños con motivos navideños.<sup>116</sup> Esta forma de producción se realiza en más de 400 talleres, entre pequeñas y medianas empresas, que son las que se dedican a esa actividad en el municipio; y dentro de 4 empresas, ya industrializadas; con mano de obra de aproximadamente tres mil artesanos (1/4 de población) en mini talleres familiares y de manera conjunta generan 22 mil empleos<sup>117</sup>.

Esto ha modificado los índices de desarrollo de esta región. Es decir, más del doble de la población de esta región se podría dedicar a ello, pero lamentablemente y principalmente se generan los empleos con plusvalía, entre los dueños de las ya conformadas empresas, galerías o intermediarios de la comercialización de estos productos.<sup>118</sup>

Por lo tanto, esta actividad genera el 60% de empleo total en Chignahuapan y al exterior un 40%. La derrama económica que mensualmente deja a los artesanos la venta de las esferas es por más de 20 millones de pesos. Los precios de las artesanías son de acuerdo a la dificultad de la elaboración y van desde los \$10 a los 250 pesos por caja, o ediciones especiales que se encuentran en miles de pesos. Siendo un motor de su economía, los

---

<sup>116</sup>Los tamaños son diversos, desde las esferas mini hasta las más grandes, hay cientos de motivos y figuras, pero todas llevan el sello artesanal del municipio. *Ibidem.*, Practica de campo, dic. de 2016.

<sup>117</sup>"Esto lo señaló durante el anuncio de la Feria de Chignahuapan 2012, que se desarrollará del 27 de octubre al 11 de noviembre, en la que ofrecerán diversas actividades artísticas, culturales, musicales y deportivas." *"Fabricarán 300 millones de esferas en Puebla"*, publicado el 18 octubre de 2012, Dirección URL: <http://elempleado.mx/actualidad/van-europa-ca-esferas-poblanas>, [consultado durante el año 2016-2017].

<sup>118</sup>Ultra noticias, *"Chignahuapan exportará esferas a Italia y España"*, publicado el 26 de agosto de 2012, Dirección URL: <http://www.ultra.com.mx/noticias/puebla/Local/54683-chignahuapan-exportar-esferas-a-italia-y-espaa-.html>, [consultado durante el año 2016-2017].

artesanos cotizan sus productos de los \$100 hasta los \$1,000 pesos, monto que es pagado por clientes nacionales e internacionales.<sup>119</sup>

Actualmente, este municipio poblano ofrece sus productos a miles de visitantes que viajan desde distintos puntos del país para comprar esferas, además, gran parte del turismo se interesa por conocer el proceso del soplado en vidrio y la original decoración del mismo.

Entre los meses de agosto y diciembre cientos de turistas se reúnen en Chignahuapan para conocer las artesanías que ahí se realizan o también se exhiben en la primera semana de noviembre en la Feria Nacional del árbol y la esfera que se realiza año con año en dicho municipio. Para Chignahuapan, la época Navideña representa un negocio redondo no solo de una temporada o de diciembre, sino de todo el año.<sup>120</sup>

Comúnmente los artesanos producen más en los últimos meses previos a la Navidad, pero los 365 días del año se venden esferas y artículos para adornar casas, comercios, hoteles, centros comerciales y otros espacios, lo que genera una derrama económica anual de 300 millones de pesos aproximadamente.<sup>121</sup>



**Ilustración 8. Venta de esferas navideñas, Chignahuapan.** \*Foto tomada en Practica de campo, dic. de 2016 a los talleres de elaboración de esferas de vidrio de Chignahuapan, Puebla.

Esta región ha ganado importancia por la fabricación de más de setenta millones anuales de esferas de vidrio soplado a mano con diversas técnicas, logrando la exportación de este producto principalmente a Estados Unidos, Centroamérica y Sudamérica, respaldándose de los tratados de libre comercio. La producción de esferas para su venta nacional y exportación, hace que sea una de las principales actividades económicas de

esta ciudad. Los productores venden importantes cantidades esferas a tiendas departamentales en el país y se pretende posicionar en el exterior, en el mercado europeo.

<sup>119</sup> *Op. cit.*, practica de campo, dic. de 2016.

<sup>120</sup> *Ibidem.*, practica de campo, dic. de 2016.

<sup>121</sup> *Ibid.*, 2012, Dirección URL: <http://elempresario.mx/actualidad/van-europa-ca-esferas-poblanas>, [consultado durante el año de 2016-2017].

Esta región se considera el mayor productor artesanal de esfera navideña del país, donde todo el año se elabora este producto.<sup>122</sup>

En el año 2012 alrededor de 54 mil cajas de esferas fueron vendidas, representando casi el doble de las 27 mil que se comercializaron en 2011. A partir de esta fecha se registró que el número de visitantes que han acudido al municipio a comprar esferas creció en un 100 por ciento. Con el grabado del nacimiento del Niño Dios, hizo que empresarios españoles encargaran piezas hechas a mano, pintadas en óleo y con laminado en oro de esferas.<sup>123</sup> La importancia de la exportación de estas esferas en el año 2012 a España fue un elemento para que Chignahuapan fuera declarado como pueblo mágico.<sup>124</sup>

Para el mes de noviembre del mismo año, influyendo también en el incremento del 70 por ciento en materia turística y en la venta de este producto, como en el desarrollo de la región. A partir de ello, la directora de Turismo del municipio de Chignahuapan, en ese entonces, María Cristina González Sosa, dio a conocer que en la época decembrina negociarían exportaciones a Europa, principalmente a países como Italia y España, tras la difusión que se hizo con la entrega del nacimiento poblano en la ciudad del Vaticano en diciembre de 2011. Las esferas valuadas en \$200 pesos llegan a comercializarse en la Unión Europea hasta en 89 euros, siendo diez por ciento de la producción para exportación a Italia.<sup>125</sup>

---

<sup>122</sup>Sitio web oficial de Pueblos Mágicos de México, “Chignahuapan”, Dirección URL: <http://chignahuapanpuebla.blogspot.mx/2009/11/produccion-de-esferas-navidenas.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>123</sup>Ultra noticias, “Chignahuapan exportará esferas a Italia y España”, publicado el 26 de agosto de 2012, Dirección URL: <http://www.ultra.com.mx/noticias/puebla/Local/54683-chignahuapan-exportar-esferas-a-italia-y-espaa-.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>124</sup>De reciente nombramiento, Chignahuapan es hoy portador de la denominación otorgada la Secretaría de Turismo que destaca el valor de la conservación de las tradiciones, arquitectura y folclore tradicional de algunos pueblos mexicanos. El estado de Puebla de gran riqueza cultural cuenta con 7 Pueblos Mágicos en su territorio: Cuetzalan, Zacatlán, Chignahuapan, Pahuatlán, Cholula, Xicotepec de Juárez y Tlatlauquitepec.” Urbeconómica, Esferas en Chignahuapan, Pueblo Mágico, publicado el miércoles, 17 de octubre de 2012 a las 11:09, Dirección URL: [http://urbeconomica.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico](http://urbeconomica.com/index.php?option=com_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico), [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>125</sup>*Ibidem.*, Uberconómica, Dirección URL: [http://urbeconomica.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico](http://urbeconomica.com/index.php?option=com_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico), [consultado durante el año de 2016-2017].



Actualmente, el enfoque con que se ha visto al mercado de artesanías nacional como un mini taller capitalista familiar, un mercado temporal o una industria en serie sin llegar a ser un monopolio transnacional -partiendo del ejemplo del caso de las artesanías de la región de Chianaghuapan-, no permite su pleno desarrollo al exterior, pero aseo tiene que cambiar, se le tiene que dar mayor valor y fortaleza al mercado interno. Y más porque otras regiones, ya siguen sus pasos, como Tlalpujahua en Michoacan, Apaxco, Zumpango y el Oro en el Estado de México, que también cuenta con talleres artesanales de esferas de vidrio.



**Ilustración 9. Fabrica del tratamiento de vidrio para la elaboración de esferas de vidrio soplado.**

\*Foto tomada en Practica de campo, dic. de 2016 a los talleres de elaboración de esferas de vidrio de Chignahuapan, Puebla.

Por ejemplo, en el pueblo de Tlalpujahua (fundado en el siglo XVI y que se encuentra a 138 km al este de Morelia, Michoacán) desde el año 1558 se han explotado metales preciosos, sin embargo, tras la decadencia de la minería en los años treinta (del siglo XX), Tlalpujahua estaba lista para convertirse en pueblo fantasma. Pero tres décadas más tarde una nueva industria la devolvió al camino de la prosperidad: la fabricación de esferas navideñas. Hoy, gran parte de la población local se gana la vida haciendo estas decoraciones, así como todo tipo de adornos para fin de año.<sup>126</sup>

En Tlalpujahua existen más de 360 talleres que ocupan a 10 mil artesanos dedicados a la elaboración y confección de esferas. Aquí es común encontrarse por doquier con tiendas y talleres que se dedican a la venta de esferas. La variedad de los arreglos, adornos navideños, objetos decorativos y esferas es enorme. Noviembre y diciembre son obviamente los

---

<sup>126</sup>Portal web oficial de México Desconocido, Dirección URL: [http://www5.smartadserver.com/call/pubjumpi/63423/495386/34693/M/\[timestamp\]/?" target="\\_blank"](http://www5.smartadserver.com/call/pubjumpi/63423/495386/34693/M/[timestamp]/?), [consultado durante el año de 2016-2017].

principales meses de venta y en ellos se llevan a cabo ferias y exposiciones adicionales. Tlalpujahua, al igual que Chignahuapan estableció su feria, enfocándola solo a la esfera y dándole una duración de tres meses, comenzando el 12 de octubre y concluyendo hasta mediados de diciembre. Además, el invierno es la mejor temporada para hacer una visita al cercano Santuario de la Mariposa Monarca, atrayendo turistas de todas nacionalidades.<sup>127</sup>

En esta región se tiene la idea que “las esferas navideñas son para unos una estilización de frutos como la representación de los regalos y obsequios tradicionales de la época navideña, para otros es la materialización de todas las bendiciones que trae consigo el Nacimiento de Jesús”.<sup>128</sup> Con esta idea podemos observar que la cultura, las creencias y costumbres son parte fundamental de un sólido desarrollo en un país.

Es decir, es importante obtener un análisis histórico, cultural, social, económico y hasta político, para proponer una ruta en específico de comercialización de artesanías y diversificarlo a nivel internacional, partiendo de su auge nacional y los antecedentes, para proponer la exportación de artesanías mexicanas a Europa y en específico a Italia, con una mayor producción y comercialización, como se ha venido haciendo en la presente investigación.

La región de Chinaghuapan ha buscado comercializar sus productos con la Unión Europea, valiéndose del acuerdo de libre mercado (TLCUEM).<sup>129</sup> Así también, como de adaptarse y buscar estrategias a través de un aspecto de intercambio cultural e histórico; por medio, de las celebraciones navideñas o exposiciones culturales; para lograr aumentar la exportación de este producto principalmente a Italia.

---

<sup>127</sup>*Ibidem.*, México Desconocido, Dirección URL: [http://www5.smartadserver.com/call/pubjumpi/63423/495386/34693/M/\[timestamp\]/?target=\"\\_blank\",\[consultado durante el año de 2016-2017\].](http://www5.smartadserver.com/call/pubjumpi/63423/495386/34693/M/[timestamp]/?target=\)

<sup>128</sup>Blog turístico, Dirección URL: <https://rosademaria.wordpress.com/2013/11/26/esferas-navidenas/>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>129</sup>*Ibidem.*, Blog turístico, Dirección URL: <https://rosademaria.wordpress.com/2013/11/26/esferas-navidenas/>, [consultado durante el año de 2016-2017].

### **Capítulo 3.- Panorama del mercado europeo bajo el TLCUEM: Italia como alternativa de exportación de artesanías mexicanas de Puebla**

La exportación de artesanías mexicanas debe ser de importancia de dominio público, representan nuestra identidad, generan desarrollo e incrementan relaciones, ya sea a nivel: empático, comercial, cultural, turístico, económico, etc. Saber cuáles y que sectores son los principales en el rubro, origina gran beneficio, así como conocer en su totalidad las estrategias de producción, competencias y debilidades del producto, calidad, análisis de mercado, requisitos de exportación, nichos de mercados, inversión, costos, beneficios, ventajas y desventajas, etc.

Así mismo, la finalidad de analizar el panorama del mercado europeo bajo el Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM), es desarrollar una propuesta viable para la planeación estratégica de exportación de artesanías mexicanas, en específico de esferas navideñas de la región de Chignahuapan, de Puebla a Italia; por lo cual, es necesario identificar como surge el TLCUEM. Y a partir de ello, construir la planeación estrategia de exportación conforme a la relación comercial México-Italia en torno al TLCUEM, porque son países con similitudes culturales, históricas, en sus costumbres, geografía, forma de consumir y ver el mercado, etc., como se estudiara en el subcapítulo 3.2.

El primer antecedente de un acuerdo de negociación y fomento al comercio exterior entre México y la Unión Europea (entonces Comunidad Económica Europea) se remonta a 1975, cuando fue suscrito el Acuerdo Global con el Consejo de la Comunidad Europea. Ya desde entonces México reconocía el carácter estratégico de Europa Occidental y de ahí que se haya buscado el fortalecimiento de los nexos existentes.<sup>130</sup>

Las relaciones comerciales con la UE se rigen por el Acuerdo Marco de Cooperación (considerado acuerdo de tercera generación, firmado el 26 de abril de 1991) en el que se proponían como objetos de cooperación: industria, minería, propiedad intelectual, calidad, ciencia y tecnología, pesca, energía, protección del medio ambiente, servicios (incluyendo los financieros), comunicaciones, transporte, turismo, informática, promoción de inversiones, salud pública, lucha contra las drogas y comercio (esta propuesta de cooperación comercial, no suponía aun un trato preferencial entre las partes; si no, solamente fomentaba la promoción

---

<sup>130</sup>“Dicho acuerdo fue renovado en octubre de 1980.” SE, “*Tratado de libre comercio*”, Marco Jurídico, Dirección URL: [http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/Marco\\_juridico](http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/Marco_juridico), [consultado durante el año 2016-2017].

del comercio bilateral). Posteriormente, en mayo de 1995, se firmó entre ambas partes la Declaración Conjunta Solemne, en virtud de la cual se estableció el compromiso de negociar un nuevo acuerdo que promoviera el intercambio comercial, incluso mediante la liberalización bilateral progresiva y recíproca de bienes y servicios.<sup>131</sup>

Para el cumplimiento de los objetivos establecidos en la Declaración Conjunta con la UE en 1997 se firmaron tres nuevos instrumentos jurídicos, con los que prácticamente se dio entrada a la negociación de un Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea. Estos instrumentos fueron:

-Acuerdo Global o Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre la Comunidad Europea y sus estados miembros y los Estados Unidos Mexicanos.

-Acuerdo Interino. - establece las bases para iniciar la negociación de una liberalización comercial amplia, formalmente en 1998.

-Declaración Conjunta. - establece las bases para la negociación de servicios, movimientos de capital, pagos y propiedad intelectual.<sup>132</sup>

Durante el proceso se realizaron consultas con los sectores industrial, comercial, agropecuario, académico y laboral de México, así como con el Grupo de Seguimiento al Proceso de Negociación establecido por el Senado de la República, y representantes de la Coordinadora de Organismos Empresariales de Comercio Exterior. Después de nueve rondas de negociación en 1999 concluyeron las negociaciones técnicas del TLCUEM.<sup>133</sup>

Así, “México se convirtió en una de las economías del mundo con acceso preferencial a 375 millones de consumidores en la Unión Europea (hoy en día, con la incorporación de nuevos países de Europa del Este, esta cifra se ha incrementado a 454 millones); además, para garantizar un ambiente propicio a la actividad empresarial se combaten las prácticas

---

<sup>131</sup> *Op. cit.*, SE, Dirección URL: [http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/Marco\\_juridico](http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/Marco_juridico), [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>132</sup> “Durante el proceso se realizaron consultas con los sectores industrial, comercial, agropecuario, académico y laboral de México, así como con el Grupo de Seguimiento al Proceso de Negociación establecido por el Senado de la República, y representantes de la Coordinadora de Organismos Empresariales de Comercio Exterior”. Datos obtenidos de la OEA, *México-Unión Europea*, Sistema de Información de Comercio Exterior (SICE), Dirección URL: [http://www.sice.oas.org/TPD/MEX\\_EU/MEX\\_EU\\_s.ASP](http://www.sice.oas.org/TPD/MEX_EU/MEX_EU_s.ASP), [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>133</sup> “El Consejo de Ministros de la Unión Europea aprobó el resultado de las negociaciones con México, y reafirmó la importancia política y económica de aplicar las resoluciones”. *Ibidem.*, OEA, Dirección URL: [http://www.sice.oas.org/TPD/MEX\\_EU/MEX\\_EU\\_s.ASP](http://www.sice.oas.org/TPD/MEX_EU/MEX_EU_s.ASP), [consultado durante el año de 2016-2017].

monopolísticas.”<sup>134</sup> A continuación, en el Cuadro I, se resumen y enlistan los hechos más relevantes para la firma del TLCUEM:

Fecha	Acontecimiento
08/12/1997	México y la UE firman los tres instrumentos de Relación bilateral: un Acuerdo Global, un Acuerdo Interino y un Acta Final. El Senado mexicano aprueba por unanimidad el Acuerdo Interino.
23/04/1998	
13/05/1998	El Parlamento europeo aprueba por gran mayoría el Acuerdo Interino
01/07/1998	Entra en vigor el Acuerdo Interino.
14/07/1998	Se instala el Consejo Conjunto del Acuerdo Interino e inician formalmente las negociaciones comerciales. El Parlamento Europeo aprueba el Acuerdo Global.
11/11/1998	Se celebraron nueve reuniones técnicas de negociación, alternadamente en México, D.F. y Bruselas. El pleno del Parlamento Europeo emite opinión favorable sobre los resultados de la Negociación comercial.
06/05/1999	La Cámara de Senadores aprueba el Acuerdo Global y los resultados de la negociación comercial.
24/11/1999	El Consejo Europeo aprueba los resultados de la negociación en materia de bienes. Se reúne el Consejo Conjunto del Acuerdo Interino y adopta los resultados en materia de bienes.
16/03/2000	Firma de la Declaración de Lisboa sobre la nueva asociación entre México y la Unión Europea. Signatarios: el Presidente de México, Ernesto Zedillo Ponce de León, el Presidente del Consejo Conjunto, Antonio Gutiérrez, el Presidente de la Comisión Europea, Romano Prodi.
20/03/2000	Entrada en vigor del acuerdo en materia de bienes.
23/03/2000	Se reúne por primera vez el Consejo Conjunto del Acuerdo Global y adopta los resultados de la negociación en materia de comercio de servicios, movimientos de capital, inversión y propiedad intelectual.
01/07/2000	Entrada en vigor de las disciplinas en materia de comercio de servicios, movimientos de capital, inversión y propiedad intelectual.
27/02/2001	A partir de esta fecha, está en vigor el conjunto completo de disciplinas comerciales que conforman el Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea.
01/03/2001	Entrada en vigor de la vertiente de diálogo político y de cooperación del Acuerdo Global

\*Cuadro I.- Acontecimientos más importantes para la firma del TLCUEM. \*De diseño propio basada en datos de la Secretaría de Economía – 2001, “*Tratado de libre comercio*”, Marco Jurídico, SE, Dirección URL:[http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/Marco\\_juridico](http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/Marco_juridico), [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>134</sup>“Por ejemplo, el 95% de las exportaciones agrícolas actuales de México a la UE gozan de acceso preferencial, en virtud de la demanda de estos productos para los países comunitarios y desde enero del 2003, el 100% de los productos industriales mexicanos ingresan al mercado comunitario libres de arancel. Las reglas de origen determinan qué bienes reciben trato arancelario preferencial, destacando aquellas negociadas para la cadena textil, el sector de transporte y refacciones para automóviles, electrodomésticos, calzado y plástico. Se acordó conservar el derecho de adoptar y hacer cumplir normas técnicas, siempre y cuando no se conviertan en obstáculos innecesarios al comercio. Para tal efecto se estableció un comité especial que se encarga de fomentar la cooperación en materia de sistemas de normalización y solución de problemas de acceso atribuibles a normas técnicas. Se han podido adoptar medidas de salvaguarda por un período máximo de tres años, con el fin de brindar alivio temporal a aquellos sectores que enfrenten daños serios o amenaza de daño por incrementos sustanciales en las importaciones. En todos los casos, la aplicación de salvaguardas requiere de una compensación.” *“Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea”*, BANCOMEXT – ITESM, 3a edición, México, 2005, pág. 17.

Con estas rondas de negociación, el TLCUEM reconoce la diferencia en el nivel de desarrollo otorgando un trato asimétrico a favor de México; y bajo ello, México trata de conservar intacta su soberanía comercial en relación con otros países, así como su derecho de adoptar medidas necesarias para proteger la vida o la salud humana, animal, vegetal o la moral pública. En resumen, los beneficios principales que debería propiciar el TLCUEM a México son:

- Acceso amplio, preferencial y seguro de las exportaciones mexicanas al bloque comercial más grande del mundo.

- Incremento de las exportaciones mexicanas.

- Ampliación de la oferta disponible de insumos y servicios para la industria nacional.

- Aumento de la inversión productiva y de la transferencia tecnológica.

- Diversificación de destinos de las exportaciones mexicanas, las fuentes de insumos, y relaciones económicas de México.

- Generación de más y mejores empleos.

- Seguridad jurídica y las condiciones de acceso preferenciales que requieren la pequeña y mediana empresa para incorporarse al sector exportador.<sup>135</sup>

Respecto al último punto de fomentar la exportación de pequeñas y medianas empresas es necesario conocer y analizar el mercado en donde se pretende introducir el producto -en este caso la exportación de artesanías (esferas de vidrio), para poder gozar y garantizar los beneficios ya mencionados.

Es de vital importancia conocerlo a grandes rasgos, conocer los nichos de mercado, los costos, beneficios, tipo de consumidor (cultura, economía, gustos, regiones, geografía), requisitos que se requieren tanto en México como Europa para exportar y que sea aceptado el producto; como se conforma el comercio exterior de ambas partes y desarrollar un viable plan estratégico para lograrlo con éxito.

Así como México, Europa concentra una amplia gama de grupos étnicos, lo que supone que existen oportunidades para casi todas las categorías de productos, siempre que estos se sujeten a las normas y regulaciones del mercado. En ese sentido es importante conocer como está conformado a grandes rasgos el mercado y comercio exterior de la Unión Europea.

---

<sup>135</sup>Datos tomados de Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), “*Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea*”, México, noviembre de 1999. Dirección URL: <http://zedillo.presidencia.gob.mx/pages/pub/publics/tlcue99/tlcue99.html>, [consultado durante el año 2016-2017].

El mercado europeo se caracteriza por ser básicamente de compradores y es resultado directo de la amplia gama de productos que hacia él confluyen. Este hecho es una manifestación del poder de negociación que caracteriza a los importadores de esta región y de la fuerte competencia que se establece entre los proveedores, particularmente de terceros países. Es importante destacar que en Europa los compradores son muy exigentes y reciben mucha información respecto a las características, virtudes y origen de los productos que serán adquiridos tanto de los que son elaborados dentro de la región como de los importados.<sup>136</sup>

La principal preocupación de los distribuidores europeos es satisfacer las necesidades de sus clientes, por ello no estarán interesados en colocar excedentes de producción que se ofrezcan y que difieran sustancialmente de las preferencias de los consumidores. Consecuentemente, proveer de información amplia a los distribuidores sobre la producción, calidad, distribución, oferta, demanda, precio y pago de la artesanía, es un factor que hay que tener en cuenta en el momento de iniciar un plan de negocios para exportar a este mercado.

Así, los exportadores deben considerar la probabilidad de efectuar modificaciones e incluso rediseñar su producto para adaptarlo a requerimientos específicos, si fuese necesario; pero en el caso de las artesanías de esferas de vidrio lo que demanda el consumidor es su autenticidad y empatía con las tradiciones decembrinas italianas.

Sin embargo, para poseer una visión más amplia del mercado europeo se debe de reconocer que, aunque los 28 países miembros de la Unión Europea han impulsado una amplia política de integración, no significa que estén buscando convertirse en una monocultura, por el contrario, se reconoce la diversidad étnica.<sup>137</sup>

La cultura entendida como el conjunto de normas de comportamiento y valores que distinguen a un grupo de otro, es uno de los aspectos determinantes en los hábitos de compra de los consumidores europeos y debe ser estudiada por los exportadores al momento de proponer un plan de negocios. Las oportunidades de mercado emergen precisamente de esas diferencias culturales: los consumidores del norte de Europa son reservados y racionales, mientras que los del sur son más emotivos<sup>138</sup> (como el caso de Italia). No menos importante es considerar la influencia de la posición geográfica, el clima, la distribución del ingreso per

---

<sup>136</sup>*Ibidem.*, 2005, pág. 30.

<sup>137</sup>*Ibid.*, 2005, pág. 30.

<sup>138</sup>*Op. cit.*, 2005, pág. 30.

cápita en la identificación de segmentos de oportunidad y en el análisis de los hábitos de compra de los consumidores para definir una estrategia de penetración.

Es decir, la negociación depende del mercado al que se dirija. Existen 5 culturas predominantes y similares en su negociación en Europa, las cuales, determinan los tipos de consumidores por ende es necesario conocerlas, para saber con qué tipo de distribuidor, proveedor, negociador y nicho de trabajo se va enfrentar el exportador y así poder ingresar más fácil las artesanías al mercado europeo:

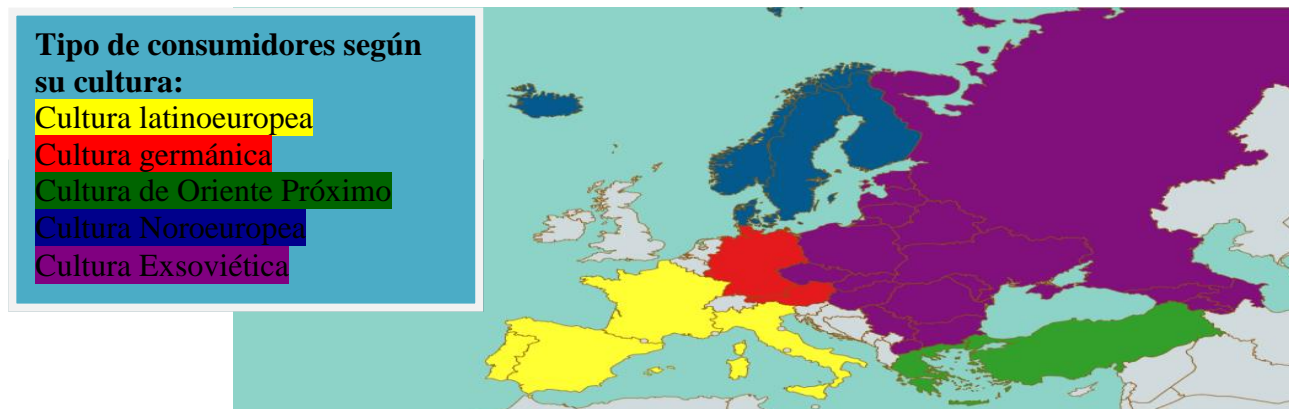
Cultura latineuropea. - La cual se asemeja grandemente a la cultura latinoamericana, se compone de los países Mediterráneos: Italia, España, Francia y Portugal.

Cultura germánica. - Caracterizada por la seriedad y la exactitud en la negociación, compuesta por Alemania, Suiza, Austria, Luxemburgo y Liechtenstein.

Cultura del Oriente próximo. - Un híbrido entre los países musulmanes y los europeos, tal es el caso de Turquía y Grecia.

Cultura Noreuropea. - Es el caso de los países nórdicos o escandinavos, que se caracterizan por ser personas de pocas palabras, poco competitivas en una negociación, pero bastante analíticas de las propuestas que se hacen. Esta cultura comprende a: Noruega, Suecia, Finlandia, Dinamarca e Islandia.

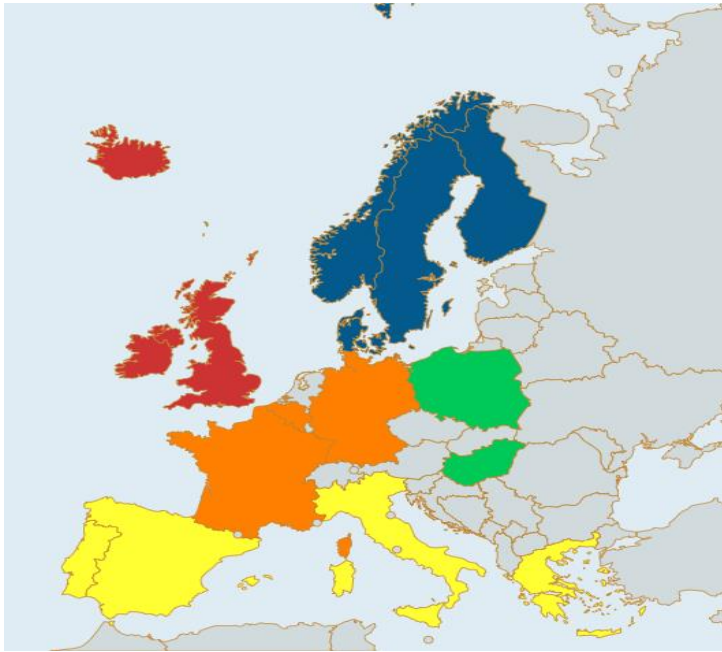
Cultura exsoviética. - Legado del comunismo, con un estilo de vida dominado por los rusos y europeos de la anterior Unión Soviética.<sup>139</sup>



**Mapa 6. Tipos de consumidores de Europa.** \*\*De diseño propio con datos tomados de Luis Ceballos, "Como Exportar Un Producto a Europa", Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas (INCEA), Dirección URL: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/71-comoexportarunproducto/139-como-exportar-a-europa>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>139</sup>Luis Ceballos, "Como Exportar Un Producto a Europa", Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas (INCEA), Dirección URL: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/71-comoexportarunproducto/139-como-exportar-a-europa>, [consultado durante el año de 2016-2017].





**Mapa 7. Regiones Geoeconómicas.** \*De diseño propio con base a datos del Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas (INCEA), Dirección URL: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/71-comoexportarunproducto/139-como-exportar-a-europa>, [consultado durante el año de 2016-2017]).

Aunado a ello, en la UE se identifican cinco grandes regiones geoeconómicas:

- Europa del Norte, conformada por Finlandia, Suecia, Noruega y Dinamarca.
- Europa Central, que comprende Alemania, Benelux y Francia.
- Europa del Sur, integrada por España, Portugal, Grecia e Italia del Norte.
- Europa Central y del Este, con Polonia y Hungría.
- Islas de Europa, que incluyen a Inglaterra e Irlanda.<sup>140</sup>

La mayoría de las capitales europeas tienen un gran poder adquisitivo en

términos reales. Por su contribución al PIB de la UE y el valor de sus importaciones, se distinguen cinco grandes mercados: Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y España. Por lo anterior, las mejores áreas de mercado en las que es factible encontrar socios comerciales son:

- Italia del Norte, Roma y sus suburbios Marsella, Rotterdam, Dover.

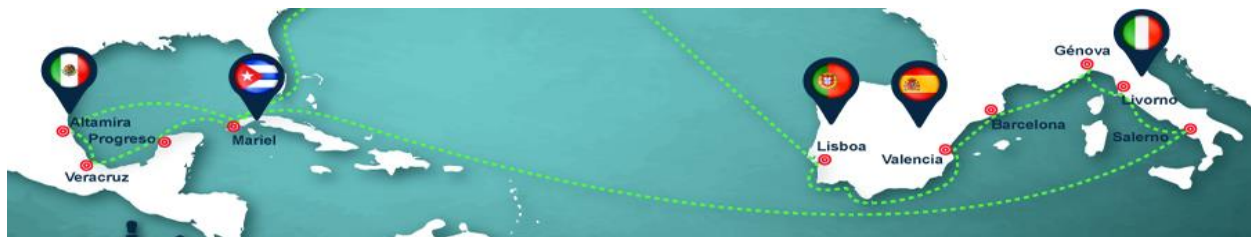


**Mapa 8. Socios Comerciales.** \*De diseño propio con base a datos del Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas (INCEA), Dirección URL: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/71-comoexportarunproducto/139-como-exportar-a-europa>, [consultado durante el año de 2016-2017]).

<sup>140</sup>“Por supuesto, las zonas urbanas se identifican como las más dinámicas comercialmente hablando, ya que en ellas se concentra el 80% de la población que trabaja y que ostenta el nivel más alto del PIB per cápita. Entonces en cuestión de ventas y ganancias Italia es un gran mercado.” *Op. cit.*, 2005, pág. 30.

- Las zonas de puertos marítimos: Le Havre, la región de París, la región de Lyon.
- Sur y centro de Alemania
- El corredor Amsterdam-Rotterdam-Amberes
- Centro de Bruselas
- Berlín y Frankfurt
- Londres
- Estocolmo
- Copenhague.<sup>141</sup>

Se observa en los mapas que Italia es un gran socio comercial dentro de la Unión Europea, para México. Cuenta con un tipo de consumidor latino europeo, es una gran región geoeconómica, es una gran capital económica. Aparte de ello, Italia como México cuentan con puertos marítimos económicos importantes y que facilitan el intercambio de productos, como se observa en el siguiente mapa. (Este tema se retomará en el subcapítulo 3.2 en el apartado del sistema de canal de distribución, medios de transporte).



**Mapa 9. Puertos Marítimos en la Relación Económica México-Italia.** \*Tomado de la página web oficial de la embajada de Italia en México, "Italia", Dirección URL: [http://www.ambcittadelmessico.esteri.it/ambasciata\\_cittadelmessico/es/](http://www.ambcittadelmessico.esteri.it/ambasciata_cittadelmessico/es/), [consultado durante el año de 2016-2017]

En cuestiones culturales y geográficas se tiene una gran empatía y ventaja de comercialización entre estas dos naciones; sin embargo, no hay que olvidar la competitividad de otros mercados por ello es importante analizar los costos y calidad del producto. Por ende, además de los factores inherentes al producto y las normas que tiene que cumplir, el precio es probablemente el elemento más importante para determinar una estrategia de comercialización en el mercado europeo.

El consumidor europeo es racional y selectivo respecto de la calidad de los productos que desea adquirir, el balance calidad/precio es un factor determinante en sus decisiones de compra; está acostumbrado a una amplia oferta de productos con altos estándares de excelencia, lo que le da más poder de decisión y le permite escoger productos de muy buena

<sup>141</sup>Op. cit., 2005, pág. 31.

calidad a precios competitivos. Para el consumidor europeo, un producto es bueno cuando en su elaboración se emplean materias primas y componentes de calidad, se siguen procesos de manufactura buenos y existen sistemas de prueba e inspección eficaces, por esa razón demandan productos manufactureros o hechos a mano, como lo son los productos mexicanos, las artesanías.<sup>142</sup>

En este caso es poco viable hablar de un precio definitivo, ya que al monto inicialmente calculado por el exportador para sus productos habrá que hacerle ajustes por cambios en la demanda. Pero si se debe mantener un precio justo y competitivo.

La construcción del precio debe darse a partir de la elaboración (material, tipo de producción), mano de obra, tiempo, trámites, protocolo de exportación, etc.; aparte de la autogestión y los aspectos cualitativos como cuantitativos, que conforman el mercado de artesanías (ya mencionados). Existen varias estrategias para asignar un precio a las mercancías que se pretenden exportar a la Unión Europea:

- Incluir los costos de producción y el margen de utilidad deseado en el llamado precio objetivo.
- Estimar la demanda para un precio dado y calcular el volumen que se puede vender, lo que implica un conocimiento más profundo del mercado.
- Calcular todos los costos y fijar un precio mínimo de recuperación a partir del punto de equilibrio. Esta estrategia es común cuando los exportadores quieren ser muy agresivos y han definido un plan a largo plazo para posicionarse en determinado segmento.
- Analizar los precios y ofertas de los competidores, especialmente los que maneja el líder.
- Fijar el precio de acuerdo con la imagen que proyecta el producto.<sup>143</sup>

Es indudable que, en una zona de mucha competencia, como lo es la U.E., una estrategia de penetración debe considerar seriamente el sacrificar cierto nivel de utilidades para ganar participación de mercado. La mayoría de los importadores en Europa esperan descuentos cuando negocian compras a diferentes volúmenes, por pronto pago, cuando liquidan en efectivo, de acuerdo con cierta temporada, etc. Ofrecer condiciones competitivas de precio, calidad y términos de pago es fundamental para que las mercancías hechas en México accedan al mercado europeo. Para el caso de los productos mexicanos, la estrategia de acceso a Europa Occidental probablemente tendrá que estar basada en reducción de costos («Cost Efficiency»)<sup>144</sup>.

---

<sup>142</sup>*Ibidem.*, 2005, pág. 34.

<sup>143</sup>Datos obtenidos de *ibidem.*, 2005, pág. 32.

<sup>144</sup>*Ibid.*, 2005, pág. 32.

En ese sentido el Euro, las divisas, juegan un papel importante en tipo de cambio, ya que es una moneda única en las negociaciones de los estados miembros de la Unión Europea; generando un crecimiento para los países miembros, aumentando el ingreso de los ciudadanos y, por consiguiente, el consumo de importaciones procedentes de terceros países. En este contexto, la fortaleza del Euro favorece a las economías latinoamericanas; y México no es la excepción al tener firmado un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea.

Así, los productos originarios de esta región se ven favorecidos pues ganan competitividad con respecto a otros productos de otros países, debido a que la mayor parte de las exportaciones de la región se establecen en Dólares, y dada la debilidad, de esta moneda, las opciones son mayores como mejorar los precios y contraer beneficios para ambas partes.<sup>145</sup>

Para desarrollar un exitoso plan estratégico de exportación, es sustancial saber el valor que conlleva el trabajo del objeto, los costos a la hora de venderlo (es decir tanto los aspectos cualitativos como cuantitativos, en los que se desenvuelve el mercado de artesanías). Las artesanías mexicanas, en este caso las esferas de vidrio van de \$10 a \$500 en el mercado nacional y las esferas valuadas en \$200 pesos llegan a comercializarse en la Unión Europea hasta en 89 euros en el mercado europeo.<sup>146</sup>

A pesar de ello, un gran obstáculo es que la mayoría de los artesanos no cuenta con una capacitación adecuada de las formas de comercialización y menos de las ganancias reales que deberían obtener (esto radica en la falta de conocimiento en los mecanismos de cálculo de producción y la fijación del precio de venta). Ya que, la mayoría de las veces al realizar exportaciones contratan intermediarios informales que no garantizan un trato justo.

Entonces desconocen como fijar un precio con base en la fuerza de trabajo, el tiempo (que en este caso de la producción de artesanías la mayoría de veces no se puede medir por jornadas laborales si no por hora-hombre)<sup>147</sup>, las formas de producción y de venta; que se desenvuelven en los siguientes diferentes tipos de economía o mercado:

-Economía de Autoconsumo: se crean valores de uso y de intercambio para satisfacer sus propias necesidades entre la comunidad y los artesanos.

---

<sup>145</sup>*Op. Cit.*, Bancomext – ITESM, 3a edición, México, 2005, pág. 20.

<sup>146</sup>Urbeconómica “*Esferas en Chignahuapan, Pueblo Mágico*”, publicado el miércoles 17 de octubre de 2012 a las 11:09, Dirección URL: [http://urbeconomica.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico](http://urbeconomica.com/index.php?option=com_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico), [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>147</sup>Marta Turok, *Cómo acercarse a la artesanía*, Editorial Plaza y Valdés, S.E.P, 1988, México, pág. 127.

-Economía Mercantil: El objetivo de los artesanos es cambiar las mercancías que él y su familia requieren por las mercancías que el mismo produce en un movimiento conocido como Mercancía-Dinero-Mercancía.

-Economía Capitalista: surgimiento de empresarios en el seno de las comunidades, mismos que invirtieron en fuertes sumas de dinero para adquirir materias primas, establecer infraestructura y pagarles a los artesanos u obreros que les ha manufacturero los objetos. Al vender ellos estos productos no solo recuperan su inversión, si no que conforme a la ley del valor del capital generan ganancias reales, porque logran extraer plusvalía de la fuerza de trabajo humana, existe ya un movimiento Dinero- Mercancía – Dinero + d (plusvalía).<sup>148</sup>

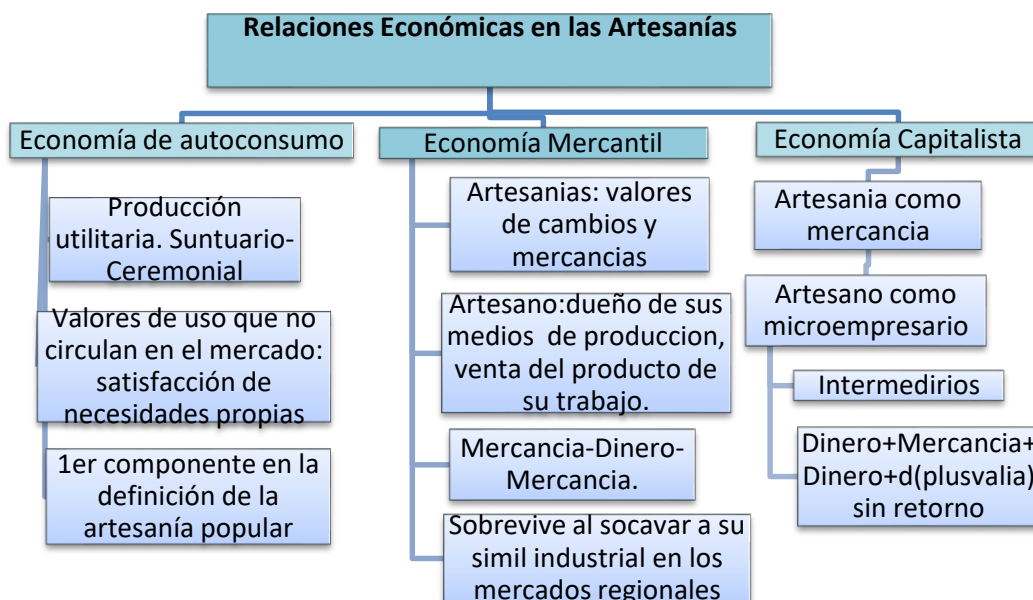


Diagrama IV. Relaciones Económicas en las Artesanías. \*Tomado de *ibídem.*, 1998, pág. 141.

En esta cuestión nos encontramos en una relación de “mercado económico mercantil”, con la que se busca generar una justa plusvalía con una autonomía para la región y autoempleo, buscando una empatía con la forma de producción de una microempresa o taller de artesanías, tanto para el productor, vendedor y comprador.

El cobro es el objetivo principal del vendedor, y por lo mismo, debe asegurarse de que se realice efectivamente. Por eso, otro elemento importante de un intercambio comercial internacional, es la forma de liquidación de la transacción. Así mismo, el comprador busca asegurarse de la obtención de los bienes en cuestión, en el momento y en las condiciones

<sup>148</sup>Op. cit., 1988, pág. 139 y 140.

acordadas. En la búsqueda de una forma de pago que satisfaga las necesidades de las partes involucradas, habrá que tener en cuenta las siguientes variables:

- ✓ Grado de confianza en el importador,
- ✓ Formalidad y experiencia de la empresa según su solvencia exportadora
- ✓ Experiencias anteriores, en caso de tenerlas
- ✓ Calidad de los bienes
- ✓ Posibilidades de riesgo
- ✓ Capacidad de fabricación
- ✓ Capacidad de negociación.<sup>149</sup>

Existen diversas formas de pago dentro del proceso de exportación e importación: transacciones, cheques, cuenta bancaria, transferencia electrónica, remesa<sup>150</sup>, carta crédito<sup>151</sup>, pago simple<sup>152</sup>, etc. En las transacciones internacionales, el intercambio se realiza de la siguiente manera:

- El exportador envía la mercancía y los documentos comerciales.
- El importador solicita un cheque bancario a nombre del exportador.
- El banco emite el cheque y se lo entrega al importador.
- El importador envía el cheque por mensajería o por correo ordinario al exportador.

---

<sup>149</sup>*Op. cit.*, BANCOMEXT – ITESM, 2005, pág. 20.

<sup>150</sup>“La remesa puede ser a la vista o a plazo, es decir, con vencimiento posterior a la operación comercial. El importador da el mandato a su banco de que pague al exportador a cambio de los documentos comerciales (facturas comerciales, documentos de transporte, póliza de seguro de la mercancía...).” *Comercio Exterior, Promoción por capacitación -2006-*, Escuela Superior de Cajas de Ahorros (ESCA), España, 2000, pág. 45.

<sup>151</sup>“Una carta de crédito es una operación en la que el importador efectúa una orden de pago a su banco para que, ya sea en forma directa o a través de otro banco, pague el importe de la transacción al exportador, si y sólo si éste a su vez cumple con las condiciones estipuladas en dicha carta de crédito. Por ser la forma de pago más segura, requiere de la participación de varios actores:

- Banco emisor: es el banco del importador, que emite el crédito según las instrucciones de éste.
- Banco notificador: es un banco intermediario que está obligado a verificar la autenticidad del crédito emitido por el banco del importador, y se lo confirma al exportador.
- Ordenante: es el importador, pues solicita a su banco que emita un crédito, de acuerdo a las condiciones que haya negociado con el exportador.
- Beneficiario: es el exportador, es decir, quien recibe el importe del crédito, una vez que cumpla todas las condiciones del mismo.” Datos obtenidos de BANCOMEXT, “*Cartas de crédito de importación*”, Dirección URL: <http://www.bancomext.com/productos-y-servicios/cartas-de-credito/cartas-de-credito-de-importacion>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>152</sup>“La orden de pago simple, como también se le conoce, es la forma de pago más utilizada en operaciones internacionales, debido a la rapidez y la seguridad.” *Ibidem.*, 2000, pág. 12.

-Al recibir el cheque, el exportador procede su cobro en un banco o bien lo entrega al mismo para que éste lo cobre, fuera del país.

-El banco abona la cantidad cobrada a la cuenta del exportador.<sup>153</sup>

En el caso de tener oficinas en Europa, se recomienda el pago por transferencia electrónica, instrumento eficaz que permite realizar transacciones financieras con un índice de seguridad muy alto.

El orden de este proceso es el siguiente:

-El exportador envía la mercancía en la fecha y lugar convenidos.

-Por otro lado, y en forma directa, envía los documentos comerciales que requiere el importador.

-También, el exportador entrega a su banco los documentos financieros para presentarlos al momento del cobro.<sup>154</sup>

Con base en lo anterior, se sugiere que la empresa exportadora solicite en el momento de pactar el pago por la venta de sus mercancías o servicios, el establecimiento a su favor de cartas de crédito irrevocables y de preferencia, confirmadas por un banco mexicano. Los documentos, en la carta de crédito, son una parte fundamental de esta forma de pago, ya que se define propiamente como un intercambio de documentos contra una orden de pago. El proceso para la utilización de la carta de crédito como forma de pago es el siguiente:

1. El importador da al banco emisor las órdenes para que emita un crédito a favor del exportador.

2. El banco emisor solicita al banco notificador (situado en el país del exportador) para que confirme el crédito.

3. El banco notificador avisa al exportador de la existencia del crédito documentario a su favor.

4. Ya que el exportador conoce los términos del crédito, procede al embarque de las mercancías.

5. El banco notificador recibe de parte del exportador todos los documentos requeridos.

6. El banco revisa los documentos y si están conforme a lo que estipula la carta de crédito, procederá al pago, aceptación o negociación según los términos del contrato.<sup>155</sup>

---

<sup>153</sup>“Para minimizar el riesgo de la operación, es importante que el banco que emite el cheque sea solvente y se encuentre en un país sin problemas de pagos. El importador le da la orden a su banco para que éste, mediante una comunicación interbancaria, abone la cantidad en la cuenta que el exportador señale previamente. El exportador a su vez envía los bienes y los documentos en forma directa al importador.” *Ibid.*, 2000, pág. 14.

<sup>154</sup>“Este método consiste en dar un anticipo por la mercancía deseada en la cuenta del proveedor, liquidando el monto restante una vez haya sido entregada toda la mercancía. En el momento del pago, el importador debe tener en sus manos los documentos comerciales de transporte y seguro. En esta operación se utilizan documentos financieros como pagarés, letras de cambio, cheques y recibos que el exportador gira a cargo del importador.” *Op. cit.*, 2000, pp. 10-12.

<sup>155</sup>“Y en cierta forma, la seguridad del medio de pago depende de los documentos que se soliciten. Los más comunes son los siguientes:

Documentos de transporte:

-Conocimiento de embarque (marítimo)

Algunos puntos importantes a considerar para realizar las cartas de crédito son los derechos y obligaciones relativos al embarque y medios de transporte. Es una de las formas más utilizadas al realizar los pagos, es un tipo de financiación del importador en la que se permite al exportador tomar anticipos a cuenta del crédito antes del embarque.<sup>156</sup>

Estas son características cuantitativas del sistema de comercio exterior que harán al producto competitivo en el exterior. De igual manera las divisas y la fortaleza del Euro, en estos tipos de pagos, se deja sentir en América Latina de forma especial en los mercados financieros, así como en la emisión de bonos estatales, la mayor parte de ellos emitidos en la moneda europea.

Esto ayuda bastante, en cuanto un negocio se abre al mercado internacional, se fijan los pagos, el precio competitivo, atractivo y justo (las características cuantitativas), pero también se deben canalizar a la par los estándares internacionales para las pruebas, las inspecciones y otros factores que se vuelven una práctica cotidiana; una de ellas son los estándares de la calidad del producto para el consumidor (características cualitativas; que parten de los elementos históricos, culturales, geográficas, tipo de consumidor, etc.).

---

-Carta de porte aéreo

-Documento de transporte combinado (multimodal)

-Carta de porte por carretera

-Talón de ferrocarril

Documentos de seguro:

-Póliza de seguro

-Certificado de seguro

-Factura comercial

Otros documentos:

-Factura consular

-Lista de empaque

-Certificado de origen

-Certificado de pesos y medidas

-Certificado sanitario o fitosanitario". *Ibidem.*, Dirección URL: <http://www.bancomext.com/productos-y-servicios/cartas-de-credito/cartas-de-credito-de-importacion>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>156</sup>Es conveniente mencionar los errores más comunes cometidos por los exportadores en el momento de la negociación de las cartas de crédito:

-No se revisan los términos bajo los cuales se estableció la carta de crédito, con el fin de que coincida con lo pactado con el comprador.

-Los documentos son presentados a negociación cuando el crédito ya está vencido.

-Los documentos de embarque están atrasados.

-Existen errores en la descripción de la mercancía en la factura.

-Se realizan embarques parciales fuera de las fechas programadas.

-La cotización no coincide en lo estipulado en los documentos. Información para la comercialización y promoción, términos de negociación internacional". *Op. cit.*, BANCOMEXT – ITESM, 2005, pág., 329.



No hay que olvidar que los países miembros de la Unión Europea se rigen bajo directivas y reglamentos comunitarios, encargados de definir los requerimientos técnicos necesarios para la fabricación de productos con la más alta calidad. Por ello, el comprador comunitario exige certificados<sup>157</sup> que acrediten la seguridad y la calidad del producto.

En ocasiones, los fabricantes pueden expedir un certificado<sup>158</sup> de calidad que no tendrá el mismo valor que el expedido por un organismo oficial. Estos organismos certifican a las empresas a través de diversos exámenes de fabricación; pero la Comisión Europea se ha reunido durante los últimos años con el fin de estandarizar las técnicas de regulación y las normas para evitar barreras de importación.

No hay que olvidar que el principal objetivo de la UE es que la importación de bienes procedentes de un tercer país pueda hacerse sin dificultad. Para ello se crearon grupos de certificación, que tienen como objetivo supervisar que el fabricante haga sus productos de acuerdo con las regulaciones técnicas vigentes. Para certificar un producto, existen las siguientes posibilidades:

- La inspección y supervisión se hacen por una entidad independiente, imparcial y experta.
- El proveedor declara que su producto se ajusta a los requisitos.
- Homologación. - En este supuesto, el organismo certificador es estatal y actúa en función de una norma técnica obligatoria de la región. La diferencia entre la homologación y la certificación que la primera es una norma impuesta y la segunda es un requerimiento que el comprador le hace al fabricante.
- Armonización. - Ha fomentado la continua actualización de las normas de calidad y seguridad de la Unión Europea. El Comité Europeo de Normalización Electrotécnica (CENELEC), el Comité Europeo de Normalización (CEN) y el Instituto Europeo de Normas de Telecomunicación (ETSI) son algunos de los organismos normalizadores que crean las normas armonizadas con base en los requerimientos de calidad y seguridad que exigen los fabricantes. Respecto a salud y seguridad, la Unión Europea establece también los requisitos esenciales que deben de cumplir los productos.

---

<sup>157</sup>“La certificación es una declaración emitida por un instituto reconocido que da fe de que determinado producto se ajusta a los requisitos establecidos.” *Op. cit.*, 2005, pág. 343.

<sup>158</sup>“Documento mediante el cual un organismo acreditado emite el correcto cumplimiento de los requisitos establecidos para un producto o servicio.” *Ibidem.*, 2005, pág. 343.

- Marcado “CE”. - Un producto, al contar con el marcado “CE”; está garantizando de que cumple los requisitos esenciales y las obligaciones de las directivas.<sup>159</sup>
- Normalización. - Convenio escrito en el cual tanto los fabricantes como los usuarios y los consumidores manifiestan las características que presenta su producto o servicio. El propósito fundamental de la normalización es la unión y la revisión de los productos y procesos, así como la protección de los miembros que forman parte del proceso productivo, el desarrollo de la seguridad y la eliminación de las barreras comerciales. Mediante el Organismo Internacional de Normalización (ISO).
- Sistema de Carbonización Industrial (SCI). - El SCI está incluido en el Sistema Integrado de Calidad Industrial (SICI) para abarcar todos los aspectos de metrología, ensayo y calibración.<sup>160</sup>

Cabe puntualizar respecto a todas esas formas de certificación que las empresas exportadoras no están obligadas a seguir la estandarización europea, sin embargo, corren el riesgo de que los países europeos rechacen los productos que no cumplan las normas. Las autoridades europeas consideran que la aplicación de estándares y normas tiene un efecto positivo sobre la eficiencia y calidad de los procesos de producción y de los productos que de ellos se obtienen, al mismo tiempo que se promueve una mayor competencia entre los diferentes proveedores y da mayor transparencia al mercado.<sup>161</sup>

La estandarización puede ser definida también como el vehículo para “asegurar un nivel de desempeño satisfactorio en el uso de los productos”.<sup>162</sup> Las empresas cuyos productos pueden cumplir los estándares europeos tienen una gran ventaja sobre sus rivales.

---

<sup>159</sup>“El marcado “CE” se aplica a aquellos productos que ya cumplieron con los requisitos establecidos por la normativa comunitaria, indicando que el fabricante respetó los mismos, lo que le facilita el acceso a la libre circulación y su venta en el mercado de la Unión Europea. Este marcado es otorgado por instituciones designadas por los Estados miembros (cuyo listado viene publicado en el Diario Oficial publicado por la Unión Europea) y por lo tanto está armonizado dentro de la Unión Europea. El uso de este reconocimiento se armonizó en 1993 con la directiva 93/465/CEE.” *Ibidem.*, 2005, pág. 331.

<sup>160</sup>*Ibid.*, 2005, pág. 331.

<sup>161</sup>“La UE está en proceso de establecer a gran escala el sistema de garantía de calidad denominado ISO 9000. Desde la publicación de dicho sistema en 1987, las series ISO 9000 son un requisito para las empresas que quieren hacer negocios con la UE Por su parte, los institutos europeos de normalización CEN (European Committee for Standardisation), CENELEC (European Committee for Electrotechnical Standardisation) y ETSI (European Telecommunication Standards Institutes) han elaborado por lo menos 600 estándares desde 1995. Un alto porcentaje de estas nuevas normas se basa en los lineamientos de ISO e IEC (International Electrotechnical Commission).” Portal Oficial de Europa, “*Normas de Europa*”, 2017, Dirección URL: [http://europa.eu/youreurope/business/product/standardisation-in-europe/index\\_es.htm](http://europa.eu/youreurope/business/product/standardisation-in-europe/index_es.htm), [consultado durante el año de 2017].

<sup>162</sup>*Op. cit.*, BANCOMETX – ITESM, 2005, pág. 332.

Conocer los elementos cualitativos (historia, cultura, geografía, calidad, tipo de consumidor, de mercado, de producción, de normas, de convenios, documentos, etc.), como los elementos cuantitativos (precio, pagos, costos, ganancias, entre otros); así como las fortalezas y debilidades del mercado nacional como del mercado al que se le exportara el producto, con base en los Tratados de Libre Comercio, en este caso del TLCUEM, es un punto favorable para el éxito de la exportación y los beneficios que eso conrea.

Es decir, discernir qué factores toma en cuenta el mercado de la UE y en específico el mercado italiano, para comprar productos mexicanos, artesanías, es la base de una exitosa exportación, lo cual se estudiará a más detalle en los siguientes subcapítulos, para concentrarlo en un plan estratégico concreto y puntual.

### **3.1.- Panorama general del mercado de artesanías en Europa bajo el TLCUEM**

México ha enfocado sus esfuerzos en la diversificación de mercados para sus productos y servicios así que debe de buscar las mejores alternativas para el fortalecimiento de su mercado nacional, para exportar sus productos de una forma favorable y crear lazos de desarrollo equitativos. Tomando en cuenta que México es el segundo país con mayores tratados internacionales en el mundo: 234 unilaterales, 122 multilaterales y cobertura en 44 países a través de su red de 12 tratados Libre Comercio, además de ser el único país que abarca tres de los mercados más importantes del mundo: América del Norte, la Unión Europea y Asia, además de sus relaciones comerciales con América Latina. Entre 1997 y 2007, el valor del comercio de México ha crecido a una tasa media anual:

- Del +13% con la Unión Europea.
- Del +14.3% con socios comerciales latinoamericanos.
- Del +20.3% con las economías asiáticas.<sup>163</sup>

---

<sup>163</sup>“El atractivo de México como destino de inversión y como un socio comercial se deriva de la combinación positiva de bajo riesgo y beneficio. En particular, la posibilidad de realizar inversiones exitosas está garantizada por el crecimiento del mercado interno, el acceso a materias primas y productos a precios competitivos y de alta calidad, la calidad de los servicios a bajo costo y por la extensa red de Tratados de Libre Comercio.” Cámara de Comercio Italiana en México, Macroeconomía, Dirección URL <http://camaraitaliana.com.mx/informacion-sobre-mexico/macroeconomia/>, [consultado durante el año de 2016-2017].

Europa puede ser un gran aliado para la exportación de productos nacionales, como es el caso de las artesanías mexicanas, por ende, es de suma importancia estudiar el mercado europeo con base al TLECUEM. México históricamente ha sido un país atractivo para la inversión europea, misma que ha mostrado una tendencia creciente en los últimos años, como se puede observar en los siguientes datos: durante los tres primeros meses de 2004, la inversión extranjera acumulada fue de 7,424 millones de dólares, de los cuales: el 61% procede de España, el 21.4% de Estados Unidos, el 14.5% de Suiza, el 1.1% de Alemania, el 0.6% de Dinamarca, el 0.3% de Holanda y el 0.9% restante de otros países. De estas participaciones el 58% se ha dirigido al sector financiero, el 27% al sector de manufactura, el 7.2% al sector de transporte y comunicaciones y 6% restante al sector comercio.<sup>164</sup>

A continuación, se presentan algunos datos que permiten evaluar la experiencia, desarrollo y competencia del mercado mexicano en los mercados internacionales, especialmente en el europeo:

- ✚ Durante el año 2003, México realizó exportaciones totales por 164.9 miles de millones Dólares, de los cuales 5,563 millones (3.3 %), tuvieron como destino el mercado de la Unión Europea.
- ✚ En contraparte, en ese mismo período, México importó de todo el mundo un monto total de 170.6 miles de millones Dólares, de los cuales 17,798 millones (10.4%) procedieron de la UE.
- ✚ De manera general las cifras totales indican que, en el intercambio comercial, por cada dólar vendido, el equivalente a 3.2 dólares fue comprado.
- ✚ Como resultado de lo anterior, en dicho año, el déficit comercial de México con los países miembros de la Unión Europea fue de 12,235 millones de dólares.<sup>165</sup> Entre los más importantes motivos del histórico déficit comercial de México con Europa podemos mencionar los siguientes, (para ya no volver a repetir esos errores):
  - Existencia de 12 acuerdos de libre comercio que incluyen a 10 países de América Latina, en los que existen mercados, empresas, hábitos y patrones de consumo muy similares a los nacionales, con la posibilidad de negociar en español y la alternativa de que México se pueda convertir en la puerta de entrada de empresas norteamericanas y europeas a esta región del mundo.
  - Importante diferencia cambiaria Peso-Dólar-Euro, si bien en los momentos actuales favorece a las exportaciones mexicanas, es una situación que no siempre se ha dado, por ejemplo, durante el período 1999–2002, previo al inicio de entrada en vigor del TLCUEM,

---

<sup>164</sup>*Ibidem.*, 2005, pág. 27.

<sup>165</sup>*Ibid.*, 2005, pág. 22 y 23.

se vivió una apreciación del peso que encareció los productos mexicanos dificultando el instrumentar una estrategia de penetración de los mismos al mercado europeo.

- Competencia por la búsqueda del mercado de la UE por parte de países con oferta exportable y situaciones de paridad cambiaria similares a las mexicanas.

- A pesar de que los países de la UE son grandes importadores, el 60 % de su comercio internacional se lleva a cabo de manera intra-regional, es decir entre los mismos países de la Unión. En un segundo plano se ubican los países vecinos y del resto de Europa (muchos recientemente integrados o en proceso de integración a este bloque), seguido por las antiguas colonias en África y, por último, el resto del mundo.

- Alta inversión de recursos que tienen que realizar las empresas mexicanas interesadas en exportar a Europa, tanto para adecuar su producto a las demandas del mercado europeo como para llevarlo y colocarlo en el mismo.

- Alto diferencial de precio y valor agregado entre los productos que compra México a Europa (bienes de capital y bienes intermedios) y los que exportamos a ese mercado (alimentos, materias primas y bienes de consumo).

- Un mercado del TLCAN de más de 350 millones de consumidores, como prioridad natural de atención para el empresario mexicano. La fuerte presencia de Estados Unidos, con una economía rica y altamente importadora, que facilita el hecho de que los compradores de Estados Unidos vengan a comprar a México. A la inversa, los importadores europeos esperan que los mexicanos se desplacen al territorio europeo. Operaciones de triangulación de productos mexicanos a Europa (como alimentos) realizada por Estados Unidos, las cuales se registran en la aduana mexicana como efectuadas al mercado norteamericano.<sup>166</sup>

Debido a este escenario se requiere dar un mayor impulso a las exportaciones y actividades promocionales de atracción de inversiones en el sector manufacturero, turístico y por ende el mercado nacional de microempresarios (en este caso el de artesanías). La exportación de artículos de regalo y decoración, rubro en el cual entran las artesanías, representa una parte pequeña de las exportaciones mundiales de nuestro país por la falta de apoyo, promoción y planeación estratégica viable.

Entre los productos de decoración y regalo más ofertados por México a la UE destacan productos de cerámica, macetas de barro y velas (51%), objetos de vidrio (34%) y artículos de metal (9%), entre otros (6 %). En este sentido se observa que los artículos de vidrio tienen una

---

<sup>166</sup>*Ibidem.*, 2005, pág. 24.

demanda de 34% por los países europeos. Entre los principales países importadores de este tipo de artículos destaca Alemania (21%), Reino Unido (14%), Francia (11%) e Italia (10%).<sup>167</sup>

Como se observa en la tabla, Italia es el cuarto país por su compra temporal de productos mexicanos. Los artículos de regalo y las artesanías tienen ciclos de compra donde las ventas incrementan potencialmente; tradicionalmente ha sido el verano (julio y agosto) por la cantidad de turistas que visitan Europa y el invierno (diciembre), por las fiestas navideñas.

Como la demanda varía en forma significativa según la temporada, los minoristas seleccionan cuidadosamente y con mucha anticipación los artículos que van a comprar. Por lo general, los mayoristas hacen sus pedidos al exportador meses antes para satisfacer la demanda de los minoristas.

Cabe resaltar que la tendencia al consumo de los productos de este sector está muy orientada a factores como diseño, utilidad del producto y hábitos de consumo, elementos que varían de un país a otro. Al comparar las exportaciones mexicanas con las importaciones europeas de este tipo de artículos se advierten algunas diferencias, que reflejan de alguna manera el gusto de los consumidores europeos. De ahí surgen oportunidades de mercado para los exportadores mexicanos.

Atendiendo a los hábitos de consumo específicos de los europeos y según los parámetros de la oficina danesa para la promoción de las importaciones de productos de países en desarrollo y en vías de desarrollo, el mercado de regalos y decoración está dividido en 4 segmentos principales:

1. Segmento de utilidad (artículos de uso diario).
2. Segmento de regalos (artículos para familiares y amigos en épocas especiales)
3. Segmento de objetos de arte (piezas únicas o étnicas hechas en los países en desarrollo con métodos tradicionales y materias naturales, son de precio alto)
4. Segmento de souvenir (productos de precio bajo que compra el turista como recuerdo de sus vacaciones).<sup>168</sup>

En este contexto, los productos mexicanos deben enfocarse a uno de los segmentos arriba mencionados, sin olvidar que el diseño, la originalidad y el precio son factores importantes para su éxito en este mercado.

---

<sup>167</sup>Datos obtenidos de UNSD, "*Principales importadores de regalos y artículos de decoración en la Unión Europea*", Eurocentro, Tec de Monterrey, Comtrade Database, 2004.

<sup>168</sup>*Ibid.*, 2005, pág. 144.

Como prioridad y dadas las características de la producción mexicana, el segmento de objetos de arte o de regalo son los que más le puede convenir a los exportadores mexicanos, que gracias a su ingenio y creatividad pueden ofrecer productos de alto valor para un mercado selecto que aprecia las piezas de origen étnico, como el mercado italiano. Y en términos generales, como objeto de regalo, noviembre y diciembre son los mejores meses para la venta de artículos de regalo con un acuerdo anterior a 6 meses de compra y exportación, para que llegue a su comprador final.

En relación a los productos mexicanos, los consumidores europeos denotan un gusto por los objetos de vidrio soplado, así como los artículos de cerámica y barro, por su decoración, color, calidad, etc. Por ello, los productores de artículos para decoración, regalos y jardinería sólo necesitan hacer adaptaciones en sus colores para actualizarlos y ponerlos a la moda, ya que los países europeos aparte de la calidad exigen tendencias y modas. Las siguientes tendencias inundarán, probablemente, los mercados europeos en los siguientes años:

- Uso de colores contrastantes y frescos. La demanda de colores serán los colores grises, rojo y azul, ya que son colores muy utilizados dada su facilidad de combinación.
- Preferencia por colores que simulen componentes rugosos de origen simple como piedras, fibras naturales, acero y madera.
- Dentro de los materiales más utilizados figuran la piedra, el mármol, el rattán, el cobre, el bronce, el vidrio, la porcelana y el cuero.<sup>169</sup>

El verde con azul es un color de amplio uso en los productos de vidrio mexicanos. Estos productos son ejemplo de los llamados colores mezclados. Los procesos de fabricación son distintos, manejándose en diferentes tipos de tamaños, colores, formas (de soles, lunas o platonos), así como figuras prehispánicas que son representativas de la cultura mexicana y que son admiradas alrededor del mundo por su belleza y colorido únicos.<sup>170</sup>

Lo que es característico de la artesanía mexicana es la imaginación y delicadeza que aplican los artesanos, que utilizan una gran variedad de materiales y distintas formas de elaboración en cada región, con especialidades que varían según el estado de la República

---

<sup>169</sup>“El color es parte esencial en la concepción de un producto, aspecto que se está tomando en cuenta en las decisiones de los fabricantes de los países emergentes. En una encuesta realizada en la Unión Europea, el 40% de la población mencionó este color como uno de sus preferidos, las combinaciones con rosa oscuro y violeta serán novedosas y redituables.” *Op. cit.*, 2005, pág. 144.

<sup>170</sup>“México destaca gracias a la exportación de vasijas, vasos, canastas y figuras para la decoración interior o exterior del hogar, fabricadas en barro común, cerámica, madera o vidrio.” Jorge Alejandro Vega, “Financiamiento para la importación de insumos de la empresa cerámica Bonilla y Sains”, A.C, Seminario de Comercio Exterior, IPN, mayo del 2016, pág. 178

Mexicana. A parte de seguir estas tendencias, para que un producto sea competitivo como ya se mencionó, se requiere:

- Capacidad de creación;
- Capacidad de diseño;
- Capacidad para producirlo
- Capacidad para comercializarlo.

Hasta este momento ya se analizó, la capacidad de producirlo y comercializarlo, la forma de diseño y creación. Aunado a ello necesario conocer los principales competidores en Europa, los cuales son Alemania, España y Portugal. Igualmente, en la actualidad se pueden considerar competidores de México los países del Este europeo como Polonia, República Checa, Rusia, Eslovenia y Rumania, la mayor ventaja de estos países es la cercanía a los principales países compradores y la mano de obra relativamente barata.<sup>171</sup>

Dentro de Europa, Italia es un gran aliado para México, tomando en cuenta que a escala mundial es considerada líder del diseño y moda, especialmente en los siguientes sectores: joyería (ya sea de plata o de oro), productos cerámicos y productos de vidrio.

Fuera del espacio europeo, los proveedores de mayor importancia son: India, Tailandia, Indonesia y China. Éstos últimos introducen a ese mercado productos similares a los de México, por ejemplo: India y Tailandia compiten en joyería de plata, que en numerosas ocasiones es más barata que la mexicana debido a que no alcanza la misma pureza que se exige en México.<sup>172</sup> Pero para las esferas de vidrio soplado no hay competidores, solo los productos chinos.

Partiendo de esta competitividad, capacidad de creación, diseño, producción y comercialización de la relación comercial con base al TLCUEM (México-Unión Europea) y el mercado de artesanías nacional en Europa, el siguiente subcapítulo está enfocado a Italia como alternativa de exportación de esferas navideñas de vidrio soplado de Chignahuapan, Puebla (se desarrolla una propuesta como plan estratégico viable, como un ejemplo de impulsar y fomentar la exportación artesanías).

---

<sup>171</sup>“Como caso particular, Polonia se caracteriza por la producción de artículos de vidrio, productos de madera y velas, artículos todos ellos en competencia con la producción mexicana. Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea, Información para la comercialización y promoción, términos de negociación internacional, BANCOMEXT – ITESM, 3a edición, México, 2005, pág. 148.

<sup>172</sup>Jorge Alejandro Vega, “Financiamiento para la importación de insumos de la empresa cerámica Bonilla y Sains”, A.C, Seminario de Comercio Exterior, IPN, mayo del 2016, pág. 178 y 179.



### **3.2.-Planeación estratégica: Italia como alternativa de exportación de esferas navideñas de vidrio soplado de Chignahuapan, Puebla (caso práctico, construcción del precio y formas de pago para una exportación exitosa)**

Partiendo del análisis de que es una artesanía en el mercado y del estudio del mercado europeo conforme al TLCUEM, la presente propuesta es un plan estratégico, con la finalidad de reunir todos los elementos necesarios; tanto generales de la relación del mercado nacional con el mercado de la Unión Europea por medio del TLCUEM, para exportar artesanías mexicanas, esferas de vidrio soplado de los talleres de Chignahuapan, Puebla a Italia, a pesar de las limitaciones ya estudiadas en capítulos anteriores. Y en específico cubrir con todos los requisitos necesarios ante el marco jurídico, el Despacho Aduanero; para que de una forma eficaz se logre el objetivo, exportar artesanías nacionales al mercado mundial, comenzando con Italia y la Unión Europea.

Esto parte de un pequeño instructivo, pasos de cómo construir una microempresa o empresa (que se encuentra en el Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahuapan, Puebla a Italia), y cómo llevar una de las operaciones de comercio exterior: la exportación, bajo y conforme al Derecho, ante todo el marco jurídico que regula el comercio exterior en México, integrado en una sola propuesta con base a este sector.

Es decir, saber desde cómo emprender hasta conocer los elementos de la normativa de comercio exterior de México, hasta rasgos históricos semejantes, culturales, costumbres, hábitos, tipo de negociadores, consumidores, clima, tendencias, temporadas, logística, documentación, trámites necesarios que pide Italia para el ingreso de la mercancía, con base en el TLCUEM.

Es sustancial conocer las características del producto a exportar: origen, naturaleza y uso. Es importante conocer muy bien el producto y todo lo que engloba, como ya se estudió en capítulos anteriores, partiendo de “¿Qué es una artesanía en el mercado?”, hasta la investigación del mercado al que se pretende ingresar: el mercado europeo.

Posteriormente se describen los documentos básicos que debe tener la persona física o moral con actividad empresarial, que goce de celebrar la exportación de la artesanía para su venta y consumo, siguiendo la normativa de comercio exterior con base a la normativa nacional

y la relación con el TLCUEM (tales leyes también se escriben en el Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahuapan, Puebla a Italia).

Se retoma la importancia de la asistencia de instancias gubernamentales, que, para requerimientos de la presente investigación, principalmente se recurrirá a la Secretaría de Economía y sus regulaciones ante dicha operación aduanera: la exportación de artesanías mexicanas, esferas navideñas de vidrio soplado de Chignahuapan, Puebla.

También se estudia el Marco Jurídico que regula las operaciones de comercio exterior de México conforme a las leyes auxiliares para poder garantizar la exportación de artesanías mexicanas, esferas de vidrio soplado navideñas bajo un plan estratégico viable y de una manera adecuada.

Para darle mayor impulso internacional a las microempresas de nuestro país -como ejemplo los talleres de esferas de vidrio de Chignahuapan-, uno de los aspectos que se proponen, en este plan estratégico, es que se visualice su mercado al exterior con países de costumbre similares para crear una empatía desde el principio y garantizar éxito.

Uno de los puntos estratégicos de tomar a Italia como alternativa de exportación de esferas de vidrio navideñas de Chignahuapan, Puebla, es por la semejanza de sus costumbres en cuestiones de la religión, tradiciones navideñas, cultura, gusto por la artesanía y la calidad. Por ende, es un punto favorable que las esferas navideñas cuenten con un sello religioso y cultural, que da identidad a la nación; y que es una tradición muy similar a la italiana. A continuación, se comienza con los rasgos históricos semejantes de forma general, entre Chignahuapan e Italia; su cultura, su historia, su sociedad, sus migraciones, sus costumbres, su economía, su población y tipo de consumidores, etc.

En la región de Chignahuapan, se asentaron los chichimecas acaudillados por Chichimecatehuipili; Coatenco. El año 1481 a nombre de Hernán Cortés fundaron Tetehuitic "Cerro de las Pirámides", rindiendo culto a Mixcóatl, dios de la lluvia. Juan Alonso León, en 1527, establece la población en los montes, con el nombre de Santiago Chiquinahuitle, "Nueve ojos de agua."<sup>173</sup>

En tiempo del Gobierno de Don Luis Ambrosio Centence y de Alonso de Santiago, vino una tribu de aztecas que formaron sus habitaciones a la orilla de los nueve ojos de agua y se

---

<sup>173</sup>INAFED, Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México, Puebla, Dirección URL: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM21puebla/municipios/21053a.ht>, [consultado durante 2016– 2017].

pusieron a las órdenes del nuevo Gobernador. Poco después llegaron Misiones de Franciscanos de Zacatlán y establecieron a Chignahuapan como doctrina, para desde aquí evangelizar a la región.<sup>174</sup> Es decir, se evangeliza la población quedando como religión principal la católica.<sup>175</sup>

Se elevó a la categoría de Villa en 1874, a partir de esta fecha se le conoció como Villa de Chignahuapan, ya que anterior a esta fecha es denominado Santiago Chignahuapan.<sup>176</sup> En la actualidad denomina a la población Villa de Chignahuapan.

Por otro lado, Italia obtuvo la identidad política de la que actualmente goza en 1861, pero diversos grupos de personas vivieron en la región desde la antigüedad. Los antiguos griegos también establecieron algunas colonias a lo largo de la costa sur. Los etruscos fueron los primeros en gobernar la península alrededor del siglo XVIII a.C. hasta que finalmente fueron derrotados por el Imperio Romano.<sup>177</sup>

Partiendo de ello, las relaciones entre Italia y México tienen raíces antiguas, desde el tiempo de la Conquista y la Colonización. La historia de la inmigración italiana en México empezó en los tiempos del Imperio español, pero la mayor parte de la inmigración italiana a México ocurrió hacia fines del siglo XIX. Los primeros italianos que llegaron al suelo mexicano fueron los frailes franciscanos y dominicos que acompañaron a los religiosos españoles en la conquista de las tierras americanas, los cuales dejaron costumbres navideñas.<sup>178</sup>

Después de las guerras napoleónicas empezó en Italia el fenómeno de la "emigración de masa" y algunos italianos se trasladaron a México. Estos primeros emigrantes italianos

---

<sup>174</sup>*Ibidem.*, INAFED, Dirección URL: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM21puebla/municipios/21053a.ht>, [consultado durante el año de 2016 – 2017].

<sup>175</sup>"Los sacerdotes jesuitas dirigieron la construcción de la iglesia cuyo Santo Patrono es el Señor Santiago. El templo data del siglo XVI." Sitio web oficial del Estado de Puebla, "Chignahuapan", Sección de turismo, México, Dirección URL: <http://www.puebla.travel/es/puebla/>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>176</sup>*Ibid.*, INAFED, Dirección URL: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM21puebla/municipios/21053a.ht>, [consultado durante el año de 2016 – 2017].

<sup>177</sup>Sitio web oficial de Study Country, "Una breve Historia de Italia", Dirección URL: <http://www.studylands.com/es/guia-paises/IT-history.htm>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>178</sup>"Se asentaron principalmente en las Cieneguitas del municipio de tanhuato (Michoacán), en Centro (Veracruz) y posteriormente al pueblo vecino de Tepatlaxco como tercer pueblo italiano en México, Mazatepec, Tetelas y Chipilo (Puebla), Barreto (Morelos), Lombardía, Nueva Italia y Apatzingán (Michoacán), Aldana (Distrito Federal), Ciudad Altamirano y Chilpancingo (Guerrero), Monterrey (Nuevo León), Cuautitlán, el Oro, Valle de Bravo, Luvianos y Tejupilco (Edomex) y Ciudad del Maíz (San Luis Potosí)." Franco Savarino, "Apuntes sobre la inmigración italiana en México, 1881-1926", Inmigrantes y diversidad cultural en México, siglos XIX y XX, Pachuca (Hidalgo, México, S.E.P-CONACULTA / El Colegio del Estado de Hidalgo / Universidad Intercultural del Estado de Hidalgo, 2015, pág. 241.

procedían principalmente del Norte de Italia.<sup>179</sup> Aunque hubo una pequeña inmigración burguesa durante la colonia, la mayoría de los italianos que vinieron a México eran agricultores o trabajadores agrícolas de los distritos del norte mexicano.<sup>180</sup> Aparte de las colonias agrícolas, el aporte de la comunidad italiana en esas décadas se manifestó en muchas áreas más en el campo de las artes, literatura, artesanías, oficios y arquitectura.<sup>181</sup>



\*Mapa 10 de 1897 donde se notan en rojo las colonias italianas de Chipilo ("Colonia Fernández Leal") y Zentla ("Colonia Manuel González"), no lejos de las estaciones ferroviarias de Puebla y Veracruz. \*Datos tomados de Savarino Franco, "Un pueblo entre dos patrias: mito, historia e identidad en Chipilo, Puebla (1912-1943)", Cuicuilco, vol. 13, nº 34, enero-abril 2006, pág., 278.

Por otra parte, los vénétoes son una comunidad italiana numerosa en México. Su presencia es notable sobre todo en la industria, los negocios y el turismo. Su llegada se produjo desde la independencia de México, pero su presencia masiva se dio a principios de 1912. Al igual que los trentinos y lombardos se disgregaron en ciudades como Puebla de Zaragoza, Huatusco, Irapuato, Córdoba, Xalapa y la Ciudad de México.<sup>182</sup>

---

<sup>179</sup>Franco Savarino, "Nacionalismo en la distancia: los italianos emigrados y el fascismo en México (1922-1945)", Pasado y Memoria, revista de Historia Contemporánea, n. 11, 2012, pág., 41.

<sup>180</sup>"Un número importante de colonos italianos, que llegaron a finales de 1800 y principios de 1900, recibió donaciones de tierras de parte del gobierno mexicano con las que crearon importantes colonias agrícolas como Nueva Italia y Zentla." *Ibidem.*, 2012, pág. 42.

<sup>181</sup>Por ejemplo: "En el año de 1928 el italiano Don Mario Zumpano estableció en la Ciudad de México una fábrica de sombreros de paja llamada: "Italia", que fue una de las primeras que por la calidad de sus productos comenzó a expulsar del mercado los productos similares extranjeros. Zumpango fue el primero que importó la paja para la manufactura del tipo de sombreros canotier y -aplicando la técnica de la aventajada industria sombrerera italiana- puso en el mercado sombreros que en calidad igualaban a los extranjeros, pero a un precio que sorprendió por lo bajo.













Eduardo Montagner Anguiano, nació en Chipilo de Francisco Xavier Mina, colonias italianas en el Estado de Puebla, México, es un escritor de la *lengua vénéta*; muy en especial de la variante de chipileño. Sus obras literarias son parte de la literatura del siglo XXI de México y mantienen la identidad propia de la localidad poblana de Chipilo. Es licenciado en lingüística y fiel defensor de las lenguas minoritarias de México (enfocándose en particular a la variante del chipileño). Y uno de los más conocidos es Daniel Mastretta, creador del primer carro deportivo hecho y diseñado en México industrialmente: el Mastretta MXT." *Ibidem.*, enero-abril 2006, pág. 277.

<sup>182</sup>Franco Savarino, "Un pueblo entre dos patrias: mito, historia e identidad en Chipilo, Puebla (1912-1943)", Cuicuilco, vol. 13, nº 34, enero-abril 2006, pág., 278.

Además la población italiana en México, ha heredado sus tradiciones: la fiesta de la befana, que es una celebración chipiñeña que llegó procedente de Véneto Italia, es la celebración más conocida en la localidad, pero existen otras tradiciones típicas de Segusino que han rescatado entre los chipileños, como el juego de bolos, los cantos y diversas tradiciones que practican los niños, así como celebraciones mexicanas que se han ido integrando a la cultura chipiñeña, tales como las posadas navideñas y las celebraciones del 15 y 16 de septiembre.<sup>183</sup>

Se calcula que aproximadamente 8.850.000 mexicanos tienen ascendencia italiana y entre ellos se encuentra una comunidad de alrededor de 25.000 personas que poseen pasaporte italiano y que hablan el italiano o algún dialecto de Italia. Probablemente los mexicanos con raíces italianas son más de un millón cien mil actualmente (casi el 1% de la población total de México en el 2010). Y en cuestiones del idioma existe una gran cantidad de mexicanos que hablan italiano e italianos que hablan español.<sup>184</sup>

Partiendo de esta semejanza, por otra parte, dentro de la gastronomía de México existen muchos aportes de los alimentos traídos por los inmigrantes italianos. Muchos ingredientes y materias primas utilizadas para la elaboración de alimentos son utilizados en ambos países para dar sabor y colorido a diversos platillos. Dichos ingredientes o productos son: tomate, ajo, aceite, orégano, albahaca, tomillo, cebolla, harinas entre otros.<sup>185</sup>

Italianos residentes en México de 1895 a 2010	
Año	Residentes italianos
1895	2.148
1900	2.575 
1910	2.595 
1921	2.292 
1930	4.908 
1940	1.183 
1950	1.220 
1960	3.489 
1970	2.738 
1980	3.131 
1990	2.004 
2000	3.904 
2010	4.964 

**Tabla VI. - italianos residentes en México de 1895 a 2010.**  
 \*Datos obtenidos de "Estadísticas Históricas de México 2009" y Censo de Población y vivienda 2010.

<sup>183</sup>“La artesanía piñatera mexicana ha llegado procedente de España y a su vez de Italia con una relación histórica que surgió en el viejo mundo, la tradición de romper piñatas en México nace con las posadas navideñas y se extiende la costumbre en los cumpleaños infantiles.” José Benigno, Zilli Manica, *italianos en México, Documentos para la historia de los colonos italianos en México*, ediciones Concilio, Xalapa/Veracruz, 2002.

<sup>184</sup>“El italiano y el castellano son dos idiomas que provienen de la misma raíz o familia de lenguas romances, derivadas principalmente del latín, por ello existe una gran cantidad de palabras que tanto en castellano como italiano se manejan en general en la vida cotidiana.” INEGI, *Estadísticas Históricas de México 2009*, Censo de Población y vivienda 2010, México, 2009.

<sup>185</sup>“La ensalada César, forma parte de la gastronomía BajaCaliforniana y tiene su origen en la cocina italiana. Los vinos también son parte importante de la cocina de Baja California, ha impulsado la industria vitivinícola en el Valle de Guadalupe

Otra similitud notable está en los colores nacionales de la bandera de cada nación, el verde, blanco y rojo con tonalidades un tanto diferentes y con el pequeño detalle diferenciador de que la mexicana cuenta con un escudo representado por la conocida águila devorando a una serpiente, mientras que la italiana no muestra ningún tipo de escudo en la misma. En la bandera mexicana el color verde significa independencia y esperanza; el blanco representa el catolicismo y la unidad; el rojo representa la unidad y la sangre derramada. Los colores de la bandera de Italia describen de forma visual al territorio italiano; el verde simboliza las llanuras de Lombardía, la esperanza de una Italia unida y libre; el blanco la nieve de los Alpes; el rojo los volcanes que hay en el país y la sangre de los muertos que defendieron su nación. Dentro de una interpretación de carácter religioso el color verde representa la esperanza, el blanco la fe y el color rojo la caridad.<sup>186</sup>



**Ilustración 10. Similitudes entre México- Italia.** \*Imágenes tomadas de Chávez Cámara Carlos, blog Urban Wilderness, Dirección URL: <http://carloschavezcamara.blogspot.mx/2011/08/italia-y-mexico-grandes-semejanzas.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].

Otra similitud es en la composición de su economía, tanto México como Italia, cuentan en sus respectivas regiones del norte un mayor desarrollo económico, industrial y financiero con respecto al sur. En México la renta per cápita es mayor en los estados norteños como B.C., Chihuahua, Coahuila y Nuevo León, con respecto a estados del sur como Chiapas, Oaxaca y Guerrero. En Italia de igual forma las regiones norteñas de Piemonte, Lombardía, Veneto y Trentino Alto-Adigio, son más desarrolladas económicamente que las del sur (Sicilia, Cerdeña,

---

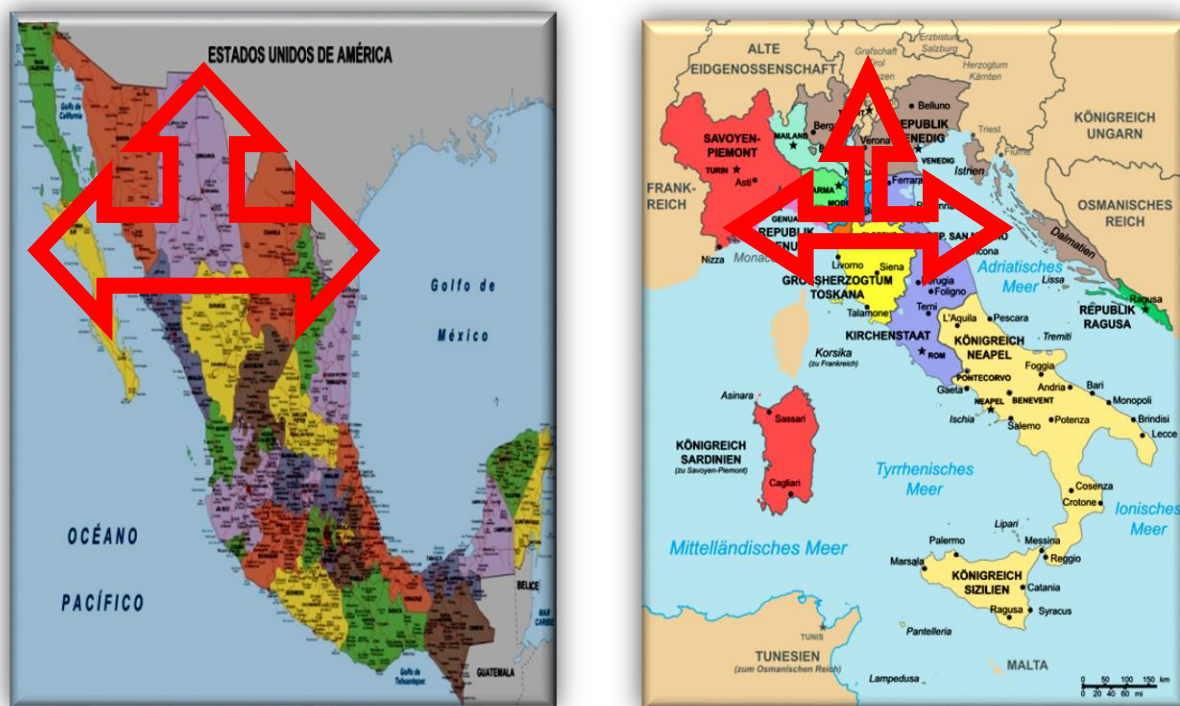
conjuntamente con otros empresarios.” Carlos Chávez Cámara, Blog Urban Wilderness, Dirección URL: <http://carloschavezcamara.blogspot.mx/2011/08/italia-y-mexico-grandes-semejanzas.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>186</sup>Sitio web oficial de la embajada de Italia en México, “Italia”, Dirección URL: [http://www.ambcittadelmessico.esteri.it/ambasciata\\_cittadelmessico/es/](http://www.ambcittadelmessico.esteri.it/ambasciata_cittadelmessico/es/), [Consultado durante el año de 2016-2017].

Calabria), son zonas que hacen a Italia una de las capitales de comercio de la UE<sup>187</sup>, como se menciona en el subcapítulo 3, en las áreas geoeconómicas del mercado europeo.

Entre esta relación histórica y cultural de México-Italia, otro punto estratégico son las relaciones diplomáticas y comerciales entre dichos países para el éxito de la exportación. México e Italia establecieron relaciones diplomáticas el 15 de diciembre de 1874. En 1947, México e Italia firmaron un Tratado de Paz, ya que tuvieron dos períodos de distanciamiento cuando México protestó ante la Sociedad de Naciones por la invasión de tropas italianas a Abisinia (Etiopía), y durante la Segunda Guerra Mundial, cuando el presidente Manuel Ávila Camacho declaró la guerra a los países del Eje.<sup>188</sup>

Mapa 11.- Regiones geoeconómicas del norte de México e Italia.



\*Mapas de elaboración propia con datos obtenidos de la página web oficial de la Secretario de Gobierno de México, “Relaciones bilaterales México-Italia”, Dirección URL: <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/relaciones-bilaterales-mexico-italia>, [consultado durante el año de 2016-2017].

Con el propósito de institucionalizar la cooperación bilateral, en julio de 1991 se firmó un Acuerdo Marco de Cooperación México-Italia, en vigor desde el 1o de julio de 1994. A partir

<sup>187</sup>Datos obtenidos de *Ibidem.*, blog Urban Wilderness, Dirección URL: <http://carloschavezcamara.blogspot.mx/2011/08/italia-y-mexico-grandes-semejanzas.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>188</sup>Secretario de Gobierno de México, “Relaciones bilaterales México-Italia”, Dirección URL: <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/relaciones-bilaterales-mexico-italia>, [consultado durante el año de 2016-2017].

de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM) en 2000, el intercambio comercial entre México e Italia se ha incrementado en un 258.3% al pasar de mil 824.6 millones de dólares en 1999 a 6 mil 536.9.2 millones en 2011 y tuvo una Tasa de Crecimiento Media Anual (TCMA) de 9.3%.<sup>189</sup>

En 2012, México e Italia establecieron una Asociación Estratégica que planteó acciones específicas en cinco sectores: político, económico, justicia y seguridad, así como cooperación en sus vertientes educativa-cultural y científico-tecnológica. De igual manera en este año, se realizó en México la IV Comisión Binacional, presidida por los cancilleres de ambos países, que permitió promover nuevos contenidos a la Asociación Estratégica e identificar espacios para la cooperación.<sup>190</sup>

El presidente de México Enrique Peña Nieto tuvo un encuentro con el Primer Ministro Enrico Letta el 18 de junio de 2013 durante la Cumbre del G8 en Lough Erne, Reino Unido. Posteriormente, el 5 de septiembre de 2013, se reunieron en el marco de la Cumbre de Líderes del G20 en San Petersburgo. El presidente Peña Nieto también acudió a la Expo Milán 2015, con el objetivo de reforzar y promover el posicionamiento de México como uno de los grandes mercados.<sup>191</sup> Durante este tiempo las relaciones comerciales con dichos países han sido de la siguiente forma:

- ❖ “Italia es el 3° socio comercial de México entre los países de la UE, después de Alemania y España y el 11° a nivel mundial, posición que podría mejorar debido a que sus empresas miran con mayor interés al mercado mexicano. *Eso hace que Italia sea un muy importante socio en materia de inversión.*
- ❖ Por su parte, México es el segundo socio comercial de Italia en América Latina, después de Brasil.
- ❖ Hay 1,764 empresas con capital italiano en México, ubicadas en 17 sectores económicos, entre los que destacan el sector de manufacturas (52.7%).
- ❖ Asimismo, mil 429 sociedades con participación italiana en su capital social han invertido en México de 1999 al tercer trimestre de 201.

---

<sup>189</sup>Secretario de Gobierno de México, “*El Presidente de la República Italiana, Sergio Mattarella, realiza una Visita de Estado a México*”, Relaciones bilaterales México-Italia, Dirección URL: <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/relaciones-bilaterales-mexico-italia>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>190</sup>*Ibidem.*, SG, Dirección URL: <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/relaciones-bilaterales-mexico-italia>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>191</sup>Datos obtenidos de Notimex, “*¿Qué acuerdos firmó Peña Nieto en Italia?*”, México, 16 de junio de 2015, Dirección URL: <http://www.altonivel.com.mx/51623-que-acuerdos-firmo-eqn-en-italia.html>, [consultado durante el año de 2016].



- ❖ De acuerdo con el Ministerio de Desarrollo Económico y la Agencia Nacional para la Atracción de Inversiones y Desarrollo de las Empresas de Italia, la inversión acumulada de México en Italia de 1992 a 2011 ascendió a \$132.2 mdd.
- ❖ En lo que se refiere a las inversiones italianas en México, datos de la Secretaría de Economía señalan que acumularon entre enero de 1999 y diciembre de 2011 un total de 697.3 millones de dólares.
- ❖ De acuerdo con datos oficiales, la Inversión Extranjera Directa italiana en México entre enero de 1999 y diciembre de 2011 se destinó principalmente al sector manufacturero (59.8%), seguido de las comunicaciones y transportes (20.9%).
- ❖ Los sectores con mayor potencial para la inversión italiana en México son: el automotriz, aeroespacial, energías renovables, turismo, fabricación de muebles, acuicultura, electrodomésticos, y sector portuario.
- ❖ Las exportaciones de productos mexicanos al mercado italiano han crecido 786%, al incrementarse de 175.2 millones de dólares en 1999 a mil 554.1 millones en 2011.
- ❖ Las exportaciones mexicanas (\$1,646.8 mdd) aumentaron 1.2% con relación a 2014 (\$1,625.7 mdd).
- ❖ Los 5 principales productos exportados por México a Italia entre 2010 y 2014 fueron automóviles de turismo (21.8%), aceites crudos de petróleo (18.7%), ácidos policarboxílicos (4.3%) minerales de plomo y sus concentrados (3.5%) y polímeros de cloruro de vinilo (3.3%).
- ❖ En el mismo periodo, las importaciones de productos italianos en México se incrementaron 202.1% al pasar de mil 649.4 millones de dólares, en 1999, a cuatro mil 982.7 millones, en 2011.
- ❖ Los 5 principales productos importados por México de Italia entre 2010 y 2014 fueron productos laminados planos de acero inoxidable (6.4%), aceites de petróleo (5.5%), partes y accesorios para tractores (4%), medicamentos (3.1%) y máquinas para lavar vajillas (3.1%).
- ❖ En 2015, el comercio bilateral sumó \$6,708.4 mdd, cifra 1.9% menor a la de 2014 (\$6,842.9 mdd)."<sup>192</sup>

Se observa que México ha tenido mayor participación en exportación que importación en la relación comercial con Italia y que se ha beneficiado significativamente de la inversión italiana. La manufactura está muy presente en la relación comercial de México-UE, en especial con Italia, y es una gran ventaja para la exportación de artesanías, esferas de vidrio, por la forma de producción y por que como ya se analizo es una empresa manufacturera, con calidad en sus productos.

---

<sup>192</sup>Datos obtenidos de *Ibidem.*, SG, Dirección URL: <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/relaciones-bilaterales-mexico-italia>, [consultado durante el año de 2016-2017].

Otra situación a tomar en cuenta es la similitud del tipo de comprador o consumidor. La elaboración e importación de artículos de cerámica de uso doméstico y de ornamento en Italia contiene una antigua tradición y por lo tanto una gran valoración, así como también lo son en Puebla, México. Es importante resaltar que el sector de regalos y el de artesanías se vinculan ampliamente en Italia, por lo que muchos de los productos de decoración y regalo son artesanías o productos hechos a mano. Ambas regiones han consolidado este producto como artesanía típica, apreciada mundialmente por sus características de diseño, fabricación, calidad y buen gusto.

Pero por diferentes circunstancias, cambios en la sociedad, crisis económicas, tendencias, nuevos diseños, se modifican los tipos de consumidor y lo vuelven vanguardista. Por ello, es de suma importancia siempre identificar estos cambios, sean favorables o no. Por ejemplo, en los últimos años ha habido cambios en el estilo de vida, que han provocado variaciones en los patrones de consumo de la población italiana por el turismo en la similitud y diversidad en la cultura; cada año un gran número de italianos visita Latinoamérica, África o Asia.

Esto provoca un cambio favorable, que se registra en los patrones de consumo respecto a los objetos que actualmente son utilizados como de regalo o decoración; ayudando que los efectos sobre el mercado artesanal provoquen tendencia hacia una mayor apertura, para adquirir objetos de otras culturas.

En Italia, la palabra artesanía proviene de la voz italiana artigianato, término usado para explicar las actividades del trabajador artesanal. De acuerdo con Jocelyne Etienne-Nugue, en Italia “el artesano es reconocido como trabajador manual especializado en una técnica y que labora solo o en familia, distinguiéndose así de un empleado desde el Renacimiento. Es una palabra que encontramos en el lenguaje actual, en relación con el turismo, el comercio, las actividades culturales o la historia. En todos los países hay casas de la artesanía, exposiciones de artesanía, mercados de artesanía.<sup>193</sup>

En la actualidad, el segmento de artesanías con mayor demanda por los italianos son objetos de cristal o vidrio (37%), seguido de los elaborados a base de cerámica (14%). Así, entre las pautas que definen la compra del consumidor italiano destacan:

- Poca sensibilidad a la marca;
- Elevada sensibilidad al precio;

---

<sup>193</sup>Jocelyne Etienne-Nugue, Háblame de la artesanía, Unesco, París, 2009, pág. 5.

- Tendencia a la compra de artículos de mesa y de decoración.<sup>194</sup>

En términos generales, el consumidor italiano aprecia la originalidad del estilo y el diseño de los objetos de decoración. Y precisamente, el diseño es lo que les ha dado una reputación internacional a los productos artesanales mexicanos frente a mercados como África y sobre todo asiáticos. Así mismo, deberán observar la tendencia de las preferencias de los consumidores en colores y diseños. Por ejemplo, los artesanos de las esferas de vidrio soplado siempre van a la vanguardia de su demanda y necesidades del mercado, con diversas formas y tonalidades de sus productos, con alta calidad (ya mencionado en la introducción del capítulo 3).

Es decir, la clave del éxito de un producto radica en tres elementos clave: diseño, el material con el que está elaborado (calidad) y precio. Esto implica que la apariencia/diseño, junto con la utilidad del producto, sea un factor decisivo para que éste se pueda vender. De ahí que los artículos cuenten con una combinación de materiales para crear nuevas apariencias y formas.

Aparte de esta similitud histórica, cultural, comercial entre México-Italia y conocer la sensibilidad del consumidor europeo (como la del italiano) para garantizar la exportación de las artesanías, esferas de vidrio soplado, es necesario conocer sus características técnicas, las cuales son las siguientes:



**Ilustración 11. Esferas navideñas de vidrio soplado, Chignahuapan, Puebla.** \*Foto tomada en Practica de campo, dic. de 2016 a los talleres de elaboración de esferas de vidrio de Chignahuapan, Puebla.

### **Características del Producto**

**Naturaleza:** Vidrio Soplado

**Origen:** Talleres de la Región de Chignahuapan, Puebla

**Uso:** Artesanía, decoración, regalo o souvenir

**Clasificación Arancelaria:** 70.02.39.00<sup>195</sup>

**Nombre genérico:** Esfera de Vidrio Soplado

**Nombre:** Esfera Navideña

<sup>194</sup>Op. cit., BANCOMEXT – ITESM, 2005, pág. 146.

<sup>195</sup>Cámara de Comercio, Dirección URL: <http://www.camaras.org/comext/htdocs/listado.php?parent=7002>, [consultado durante el año de 2016-2017].

Aunado a ello, como ya se ha mencionado es necesario cubrir aspectos básicos para exportar a Europa, determinados por las condiciones del producto, el mercado y procedimientos. Además de ello,



**Ilustración 12. Producción de esferas navideñas de vidrio soplado de Chignahuapan, Puebla.** \*Foto tomada en Practica de campo, dic. de 2016 a los talleres de elaboración de esferas de vidrio de Chignahuapan, Puebla.

para exportar productos a la Unión Europea es preciso estar informado acerca de los documentos necesarios para exportar (de una forma fácil y clara para su entendimiento), ya sea como artesano, empresario, intermediario, agente comercial, proveedor, etc.

Los siguientes documentos básicos son primordiales para efectuar cualquier caso de operación de exportación con base al marco jurídico de comercio exterior de México, como en el caso de la exportación de esferas navideñas de vidrio soplado de Chignahuapan a Italia (su breve explicación de cada documento y trámite se encuentra en el apartado final del Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahuapan, Puebla a Italia).

**I.-En primera instancia es necesario conocer el Marco Jurídico que regula las operaciones de comercio exterior para poder exportar (la explicación breve de cada ley se desarrolla en el Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahuapan, Puebla a Italia).**

- Ley del Artículo 131 Constitucional en Materia de Comercio Exterior
- Ley sobre la Celebración de Tratados
- Ley Aduanera y su Reglamento
- Ley de Comercio Exterior y su Reglamento
- Ley del Impuesto General a la importación y a la exportación

**II.-Es necesario conocer las Leyes auxiliares para la regulación del comercio exterior (la explicación breve de cada ley se desarrolla en el Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahuapan, Puebla a Italia).**

- Ley del Impuesto al Valor Agregado
- Ley del Impuesto sobre la Renta
- Código de Comercio
- Código Fiscal de la Federación
- Ley Federal de Derechos

- Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente
- Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicio

**III.-Para someter a las formalidades del despacho aduanero nacional la mercancía para su exportación se debe contar con los siguientes documentos (sus generalidades se encuentran en el Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahupan, Puebla a Italia):**

- Registro Federal de Contribuyentes (RFC)
- FIEL
- Carta de Encomienda
- Seguro
- Certificado de Calidad
- Carta de instrucciones
- Conocimiento Aéreo, Marítimo o Talón Terrestre
- Factura o cualquier documento que exprese el valor de la Mercancía
- Lista de empaque
- Régimen Aduanera
- Clasificación arancelaria para determinar las regulaciones y Restricciones
- Pedimento de exportación
- Someter a las formalidades del despacho aduanero la mercancía para su exportación.

**IV.-Demás documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones o restricciones no arancelarias y documentos con base al TLCUEM, para garantizar el éxito de exportar el producto (en este caso las artesanías, esferas de vidrio) e ingrese a Italia (la explicación breve de cada documento se desarrolla en el Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahupan, Puebla a Italia):**

Detallados en Anexo Final:

- Certificado de Libre Venta.
- Certificados de origen y su normatividad.

Analizados a continuación:

- Registro comercial de Exportación.
- Trámites ante dependencias de gobierno en México para exportar a Italia (según características del producto: esferas de vidrio soplado).

La persona física o moral que desee realizar un trámite de permiso de exportación o Registro Comercial de Exportación, ya sea temporal o definitiva, deberá presentar su solicitud

debidamente formulada, acompañada de los anexos respectivos y de la documentación complementaria que corresponda de acuerdo a la fracción arancelaria que solicita. Las solicitudes de permisos de exportación deben presentarse en la ventanilla de atención al público de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior de la Secretaría de Economía (Asimismo, se expiden Certificados de Origen para la exportación), que se tramitan con carácter previo, tras responder el cuestionario de registro correspondiente.<sup>196</sup>

El proceso se realiza de la siguiente manera por medio del personal encargado que:

-Da información para la obtención de un Certificado de Origen, en la ventanilla de atención al público (D.G.S.C.E.).

-Orienta de manera general sobre la emisión de los Certificados de Origen. Para su obtención, previamente deberá responderse un cuestionario de registro autorizado, así como entregar los formatos del certificado de origen, dependiendo del destino de la exportación, así como del anexo estadístico.

-Señala el idioma que deberá utilizarse al llenar el formulario, dependiendo del tipo de certificado. Así mismo, indica el número de copias que acompañarán al certificado original, según el destino de éste, así como los documentos que se deberán anexar. Recibe los formularios y los valida conforme a las instrucciones pertinentes. Adjunta copia de su factura de exportación y del anexo estadístico. Lo entrega en la ventanilla correspondiente.

-Revisa que los documentos recibidos estén completos y en el idioma adecuado, que no presenten borraduras o tachaduras y que se acompañe de los documentos anexos según corresponda.

-Turna la documentación al departamento que pronunciará el dictamen. Las autoridades reciben los documentos, los dictaminan conforme a los criterios establecidos y les asignan número de folio, con su sello y firma correspondientes. Los regresan a la ventanilla donde se reciben los documentos y los pone a disposición del solicitante. Para que finalmente él recoja sus documentos contra la presentación de su volante de trámite.

-Sino es aceptado, regresa al usuario sus documentos informándolo del motivo y orientándolo en su corrección. En caso de ser aceptado, se asigna volante de trámite con número consecutivo y se

---

<sup>196</sup>“Los plazos de respuesta son de 15 días hábiles, según lo estipulado en la Ley de Comercio Exterior. Se entrega totalmente elaborado y en el idioma requerido. Los trámites relativos a este programa son gratuitos y pueden ser realizados en las ventanillas de atención al público de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior de la Secretaría de Economía. La vigencia de estos permisos es de un año, salvo en los casos en que la dependencia o el área de la Secretaría de Economía que otorga su aprobación indique otra vigencia. Además, se pueden solicitar prórrogas a la vigencia, siempre y cuando el permiso original no se encuentre vencido.” Datos obtenidos de la Ley de Comercio Exterior en Diario Oficial de la Federación (DOF), 1993, Dirección URL: [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=4763631&fecha=27/07/1993](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4763631&fecha=27/07/1993), [consultado durante el año de 2016-2017].

entrega la parte correspondiente del acuse (contra-recibo) al usuario. En este último se indica la fecha y horario de entrega de la respuesta.<sup>197</sup>

Por otro lado, conforme al TLCUEM, la autoridad aduanera de la Unión Europea es el secretario general del Consejo de Cooperación Aduanera. Él vigila y administra, para el conjunto de todos los países miembros, todo lo relacionado con el tránsito aduanero, los Anexos relativos a las reglas de origen, las pruebas documentales de origen, la admisión temporal y la exportación temporal. En este sentido, los territorios aduaneros de los Estados miembros de la Unión Europea deben ser considerados como un solo territorio. Los Estados miembros aceptan, igualmente, los anexos del convenio internacional para la simplificación y armonización de los regímenes aduaneros que se enumeran a continuación:

1. Relativo a las formalidades aduaneras de presentación de la declaración de mercancías.
2. Relativo al depósito temporal de mercancías.
3. Relativo a las zonas francas.<sup>198</sup>

Entre los trámites aduanales a realizar para exportar mercancías a la Unión Europea se incluyen:

- ✓ Llevar y presentar las mercancías ante el despacho aduanal correspondiente.
- ✓ Pagar los derechos de aduana por importación.
- ✓ Entregar una declaración detallada para asignarles un régimen aduanal específico.
- ✓ Entregar los documentos necesarios (según la regulación aplicable al producto), para apoyar dicha declaración, para la declaración se debe utilizar un documento impreso que se podrá obtener en los diferentes despachos aduanales (Documento Administrativo Único). Los datos que deben de incluirse dependen del destino final de la mercancía (régimen aduanal que les corresponda). Dentro de los regímenes aduanales se podrá optar entre:
  - A. Pagar los derechos o aranceles aduanales, y cumplir con las formalidades y requisitos necesarios, para así disponer libremente de las mercancías.

---

<sup>197</sup>Datos reformulados con base en el acuerdo por el que se establecen las Reglas en materia de certificación de origen de la decisión 2/2000 del consejo conjunto del acuerdo interino sobre comercio y cuestiones relacionadas con el comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea, Dirección URL: [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=4763631&fecha=27/07/1993](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4763631&fecha=27/07/1993), [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>198</sup>Datos obtenidos de María José Borreguero Figols, “*Derecho Aduanero Comunitario*”, Educarm, Dirección URL: <http://servicios.educarm.es/templates/portal/ficheros/websDinamicas/30/gestionaduanera.pdf>, [consultado durante el año de 2016-2017].

- B. Ubicar las mercancías bajo un régimen aduanal eventual (régimenes aduanales económicos). El período de entrega de dicho documento o declaración es, por regla general, de 24 horas a partir de la llegada de la mercancía. Dicha declaración puede ser:
- Detallada o completa, con el fin de asignar un régimen aduanal a las mercancías,
  - Declaración general, si se pretende almacenar la mercancía en zonas específicas de forma temporal.<sup>199</sup>

Realmente no existe ninguna normativa comunitaria que obligue a realizar la declaración aduanal en el momento de la entrada física de la mercancía en el territorio comunitario. Por ello, es posible que las mercancías provenientes de terceros países puedan circular en el interior del espacio comunitario bajo el régimen de «tránsito», hasta su llegada al Estado miembro en el que el operador desea fijar el régimen económico correspondiente.<sup>200</sup>

En el despacho de mercancías, la aduana realiza las operaciones siguientes: examen de la declaración de mercancías<sup>201</sup> y de los documentos anexos a la misma, reconocimiento de las mercancías, liquidación y cobro de los derechos e impuestos de importación.<sup>202</sup>

La implantación del Mercado Único ha originado la supresión de prácticamente todas las formalidades de tránsito comunitario interno, con el fin de asegurar la libre circulación de mercancías; cada país aplica la legislación que más le conviene, es por ello que la Comisión

---

<sup>199</sup>Datos obtenidos de *Ibidem.*, Educarm, Dirección URL: <http://servicios.educarm.es/templatess/portal/ficheros/websDinamicas/30/gestionaduanera.pdf>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>200</sup>“El régimen aduanal de tránsito es un régimen provisional, que se utiliza para facilitar el movimiento de las mercancías que no han tramitado su entrada de una agencia aduanal a otra, con la consiguiente suspensión de derechos, impuestos y medidas prohibitivas, en tanto no se resuelva su situación.” *Op. Cit.*, Educarm, Dirección URL: <http://servicios.educarm.es/templatess/portal/ficheros/websDinamicas/30/gestionaduanera.pdf>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>201</sup>“Las obligaciones o trámites que debe seguir el declarante se refieren principalmente a la presentación de una declaración de mercancías, a la que deben unirse diversos documentos justificativos (licencia de importación, certificados de origen, etc.) y al pago de los derechos y exacciones eventualmente exigibles a la importación.” *Ibidem.*, Educarm, Dirección URL: <http://servicios.educarm.es/templatess/portal/ficheros/websDinamicas/30/gestionaduanera.pdf>, [Consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>202</sup>“La Unión Europea, preocupada por una utilización sostenible del ecosistema, dispone de ciertas medidas para el uso correcto del producto y sus desechos. Es conveniente conocer algunos tipos de impuestos “ecológicos” que puedan ser aplicados al producto o mercancía.” *Ibid.*, Educarm, Dirección URL: <http://servicios.educarm.es/templatess/portal/ficheros/websDinamicas/30/gestionaduanera.pdf>, [consultado durante el año de 2016-2017].



está tratando de armonizar las tasas para hacerlas más transparentes y efectivas. Es decir, la Comunidad Europea ha abolido las tasas de exportación y prácticamente bajo el TLCUEM los regímenes arancelarios no cuentan con restricciones para México.

**V.- También es necesario conocer las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior (que se encuentran explicadas en el Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahupan, Puebla a Italia).**

-Inversión Extranjera y Ley de Inversión Extranjera.

**VI.-Conocer las instancias que fomentan la exportación a nivel nacional como internacional en este (caso el FONART, BANCOMEXT, ya analizados en el Subcapítulo 2.1), que deban ayudar a consolidar una exportación sólida y exitosa.**

En esta etapa se busca apoyar a los artesanos para lograr el posicionamiento de sus productos en los mercados seleccionados por medio de los escasos fomentos que otorga el Estado y proponer complementos más sólidos. El Estado con estos fomentos debe proporcionar una biblioteca virtual y capacitación informática para que las comunidades de artesanos tengan mejores beneficios de todo esto, para ello se debe contar con:

Capacitación.- Cursos dirigidos a interesados en conocer, de manera específica, los aspectos que intervienen en el proceso exportador que le permitan determinar los requisitos necesarios en México y el exterior para exportar, las características de los mercados, capacitarse en todos los aspectos que conlleva la internacionalización y recibir apoyos para mejorar su producción, certificarse y elaborar herramientas de promoción, entre los que destacan: investigación de mercados, cómo hacer un plan de marketing, desarrollo de imagen corporativa, catálogos, comercio electrónico y la tienda virtual.

Para ello, el BANCOMEXT<sup>203</sup> dispone de una diversidad de instrumentos mediante los cuales apoya en forma integral en cada una de las etapas y actividades que se llevan a cabo en el proceso de producción y comercialización de productos, de acuerdo con los requerimientos de las empresas, a través de los siguientes cursos:

- ✓ Establezca alianzas y amplíe sus oportunidades de negocios.
- ✓ Misión comercial.
- ✓ Ferias internacionales.
- ✓ Cómo evaluar el riesgo en sus negocios.

---

<sup>203</sup>*ibidem.*, 2005, pp. 344-349.

- ✓ Prevenga riesgos críticos de comercio exterior.
- ✓ Diplomado y maestrías en Comercio Exterior.

También cuenta con el Programa de Asistencia Técnica (PAT), en apoyo a las pequeñas y medianas empresas exportadoras, mediante el cual encauza a éstas recursos técnicos y económicos a fin de incrementar la calidad y competitividad de los productos mexicanos. Los apoyos que comprende este programa son:

- ✓ Plan de Negocios de Exportación (PLANEX).
- ✓ Certificación Internacional.
- ✓ Actividades de Promoción de un producto o marca
- ✓ Mejora en los Procesos de Producción.
- ✓ Diseño de un Catálogo Promocional.
- ✓ Crecyexporta.<sup>204</sup>

Exploración del mercado. - Etapa orientada a determinar el mercado meta para el producto de la empresa, así como los canales de comercialización más adecuados. Mediante los servicios de investigación de mercados, canales de distribución, promoción de oferta exportable, así como de diversas fuentes de información con las que el empresario estará en capacidad de iniciar sus contactos de exportación.

Para explorar los posibles mercados, las representaciones en el extranjero de BANCOMEXT, ayudan a las empresas mexicanas a identificar oportunidades comerciales, intereses de subcontratación e inversión; asimismo, promueven la oferta exportable e intereses de coinversión nacionales en sus áreas de adscripción. El instrumento del que se sirve BANCOMEXT para difundir esta información, se integra en el Export@net.<sup>205</sup>

---

<sup>204</sup>*Ibid.*, 2005, pág. 348.

<sup>205</sup>“Los avances tecnológicos en materia de sistemas y telecomunicaciones del Export@net permiten la transferencia de información de manera más rápida y eficaz entre las representaciones de BANCOMEXT en el extranjero, las oficinas regionales y la sede central, así como entre las instituciones que han participado en el proyecto. La información del mercado internacional que contiene este sistema, es resultado del trabajo de inteligencia comercial que realizan las 31 oficinas de BANCOMEXT y las representaciones de la Secretaría de Relaciones Exteriores en el extranjero. Así como una base de datos con más de 20,000 compradores de todo el mundo. La colección de estos documentos consta de más de 300 títulos en archivo PDF en el acervo del BANCOMEXT. Entre los materiales disponibles están: La clave del comercio, libro de respuestas para el exportador; Guías sectoriales de alimentos frescos, procesados, muebles y calzado; Guía práctica para la elaboración de un contrato de compraventa internacional de mercaderías y una guía por sector. La revista Negocios incluye artículos sobre mercados potenciales, regulaciones y oportunidades en el exterior; Comercio Exterior analiza tendencias económicas,

Documentos Técnicos y Publicaciones. - Documentos especializados en aspectos referentes a: mercadotecnia internacional, plan de negocios, formación del precio de exportación, alianzas estratégicas, modalidades de pago internacional, gerencia de exportación, entre otros. Los documentos actuales elaborados son resultado de las actividades de fomento e investigación que diversas áreas llevan a cabo, con la finalidad de cubrir necesidades de las empresas y contribuir a la internacionalización de la economía.<sup>206</sup>

Acceso a los Apoyos Financieros. - Para producir y exportar eficientemente las empresas requieren de financiamiento en condiciones adecuadas. En esta etapa se busca apoyar a las empresas para lograr el posicionamiento de sus productos en los mercados seleccionados, para ello se debe de contar con servicios promocionales y financieros:

- Canales de distribución producto-país.
- Servicio de mediación comercial, diseñada para apoyar al sector exportador con la finalidad de impulsar la penetración y consolidación de los productos mexicanos en un mercado específico, mediante un esquema de representación comercial.
- Servicio de Asistencia y Asesoría Especializada en comercio exterior, Pyme Internacional.
- Misiones de inversionistas.

En el caso de los apoyos financieros se otorgan en el lugar de origen de las empresas, a través de los Centros BANCOMEXT que se encuentran ubicados en las entidades federativas. En su caso, estos apoyos financieros también pueden recibirse utilizando la infraestructura de la banca comercial.<sup>207</sup>

Asesoría Especializada. - Servicio que se otorga en diferentes temas del comercio exterior que permiten al exportador planear de manera cuidadosa sus operaciones y conocer los procedimientos, los requisitos y las metodologías para concluir con éxito sus operaciones internacionales. Los temas que destacan en los que se brinda este tipo de asesoría, son:

---

evolución de mercados, desempeño de los sectores productivos, entre otros; El Directorio de Exportadores de México de BANCOMEXT (DIEX) instrumento de promoción mundial para las empresas mexicanas.

Asimismo, BANCOMEXT ofrece: Asesoría de búsqueda personalizada de producto, para lo cual las consejerías comerciales se comprometen a encontrar, en un plazo mínimo y costo bajo, compradores para los productos no se encuentre en la base de datos. Suscripciones e informes en las oficinas de Bancomext o en el Centro de atención en línea al exportador: 55 5449 9008. Lada sin costo 01-800-EXPORTA (3976782)". *Op. cit.*, 2005, pp. 346-348.

<sup>206</sup>"Cabe señalar que el acervo editorial de BANCOMEXT se encuentra disponible en archivo PDF y se pueden obtener ingresando al Portal bancomext.com, a través de la Tienda Virtual. Mayor información, E-mail: tvirtual@bancomext.gob.mx." *Op. cit.*, 2005, pág. 347.

<sup>207</sup>"Al contar con una membresía BANCOMEXT, la empresa forma parte del "Club de Exportadores" y recibe atractivos descuentos tanto en productos y servicios BANCOMEXT como en productos y servicios de nuestras empresas afiliadas, líderes en su ramo." Datos obtenidos de *ibídem.*, 2005, pág. 347 y 348.

- Iniciación a la actividad exportadora,
- Asesoría básica sobre documentos, trámites y dependencias que participan en las operaciones de exportación e importación,
- Revisión y análisis jurídico sobre contratos internacionales,
- Formación del precio de exportación.
- Tratamiento arancelario de exportación e importación en México.
- Tratamiento arancelario de importación de mercancías en país de destino.<sup>208</sup>

Capacitación Virtual. - BANCOMEXT ofrece el Programa de Capacitación Virtual Formación Integral para Exportar con la finalidad de mantener actualizado el entorno de los negocios internacionales, para obtener las mejores condiciones de competir en los mercados externos. El Centro de Información digital BANCOMEXT (CID), banco informativo especializado en información de Comercio Exterior, ofrece una selección de fuentes de información nacionales e internacionales, sistema que facilita al artesano o empresario encontrar información de:

- Sectores
- Perfiles y estudios de mercado
- Formación del precio de exportación
- Estadísticas de comercio exterior con más de 100 países
- Reglamentación comercial
- Barreras arancelarias y no arancelarias
- Reportes económicos y financieros de más de 190 países del mundo
- Posibles socios de negocios
- Catálogo de empresas importadoras y exportadoras
- Links a sitios relacionados con el comercio exterior
- Noticias actualizadas en negocios, economía, finanzas, política, regulaciones, etc.<sup>209</sup>

Asesoría Virtual PYME.- Sistema de asesoría en línea a través de Internet que permite al usuario, desde su oficina o casa, tener acceso a una metodología especialmente diseñada

---

<sup>208</sup> *Op. cit.*, 2005, pág. 345.

<sup>209</sup>“BANCOMEXT creó una tienda virtual en el sitio de internet “Buy in Mexico”, donde el artesano o empresario pueda tener acceso al mundo del comercio electrónico.” Datos obtenidos de *ibídem.*, 2005, pág. 346.

para ayudarlo a prepararse lo mismo para iniciarse en la exportación que para desarrollar y consolidar sus operaciones comerciales.<sup>210</sup>

**VII.- Otro rubro importante a conocer es la Competencia y su normatividad (desglosado en el Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahupan, Puebla a Italia).**

- Ley Federal de Competencia
- Papel de la CFC: Normatividad y antimonopolios
- Trámites y servicios: Protección al consumidor
- Ley Propiedad Industrial y su Reglamento: marcas y patentes.

Para el mercado europeo “el consumidor es lo más importante”, significa que, en la búsqueda de la satisfacción de los clientes, es necesario aplicar un sistema de control de calidad que sea evaluado y certificado como garantía al consumidor (como ya se analizó anteriormente). Conociendo las leyes de competencia, protección al consumidor, calidad, propiedad intelectual a nivel nacional para ofrecer una alta calidad en la producción y comercialización de las esferas de vidrio, es importante saber qué significa para el mercado nacional y para los consumidores europeos las marcas y patentes (información adicional en Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahupan, Puebla a Italia).

“Una marca es todo signo o medio que sirva para distinguir en el mercado productos o servicios de una persona, de productos o servicio idéntico o similar de otra persona, puede ser de distintas formas:

- Denominativo: palabras o combinaciones de éstas.
- Gráfico: dibujos, figuras, gráficos, logotipos, símbolos.
- Mixto: combinación de palabras y dibujos gráficos.
- Formas tridimensionales: como envases o la forma de un producto.

Existen diferentes tipos de marcas:

- De producto y de servicio.
- Derivada: modificación de ciertos elementos o accesorios.
- Colectiva: productos y servicios de una asociación.

---

<sup>210</sup> “Asimismo, le permitirá determinar su conocimiento del proceso exportador a través de una autoevaluación en línea, así como identificar los productos y servicios financieros y promocionales, que ofrece BANCOMEXT de acuerdo a los requerimientos específicos.” *Ibíd.*, 2005, pág. 345.

-De garantía: certifica las características comunes (calidad, componentes, origen) de los bienes o servicios.

-Notoria: como consecuencia del uso en el mercado y en la publicidad se ha difundido ampliamente entre los consumidores.

- Internacional: se registra por el Arreglo de Madrid de 1891.

- Comunitaria: productos que se comercialicen en la Unión Europea.”<sup>211</sup>

Para el registro de una marca en la Unión Europea, se debe acudir a la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI). En el mercado europeo la marca comunitaria tiene duración de 10 años, se dan 6 meses de plazo para su renovación y otros 6 meses de prórroga. Para su registro se requiere un representante legal europeo (según datos ofrecidos por la OAMI, la mayor parte de los expertos elegidos por las empresas mexicanas han sido representantes españoles o ingleses).<sup>212</sup> Algunas de las ventajas del registro de marca para la Unión Europea son las siguientes:

-La marca funciona como protección al derecho único de uso en actividades comerciales e industriales, otorgando al titular el derecho exclusivo en la Unión Europea. Para demostrar que un producto satisface las normas europeas, se introdujo la marca CE (“Conformité Européenne”), que indica que el producto satisface los requisitos de seguridad, salud, ambiente y protección del consumidor. Un producto que lleva la señal CE puede entrar a cualquier país miembro de la UE.

-El registro se simplifica al requerirse solamente llenar una solicitud, en un centro administrativo y en una sola lengua.

-Los costos se ven reducidos al evitar realizar un procedimiento similar en cada país miembro y en el Benelux.

-Se tiene la posibilidad de reivindicar la antigüedad de marcas nacionales, incluso si renuncia a ella o deja de renovarla.

-La fecha de presentación de la solicitud de marca comunitaria puede ser fecha de prioridad para solicitudes posteriores.

---

<sup>211</sup>Datos obtenidos de *op. cit.*, BANCOMEXT – ITESM, 2005, pág. 334.

<sup>212</sup>“Según datos de la propia OAMI, las clases más solicitadas para registro de marcas mexicanas son: bebidas alcohólicas, publicidad y servicios. Los primeros registros que se dieron de alta como marcas europeas para bienes provenientes de México son: Cemex Tequila Cuervo Aerovías de México Cervecería Modelo Tequila del Señor Omnilife. Sus oficinas centrales están situadas en la ciudad de Alicante, España; En dicho lugar trabajan expertos procedentes de todos los países miembros de la Unión Europea. Los datos son los siguientes: Av. Aguilera #20, E-03080, Alicante, España, Tel.: 0034 965139277, página web <http://www.oami.eu.int>.” *Ibidem.*, 2005, pág. 334 y 335.

-Si una empresa sólo desea usar su marca en alguno o algunos de los Estados miembros, puede solicitar la marca comunitaria sin arriesgarse a que caduque por falta de uso en los Estados miembros en los que no la está usando.

-Existe protección jurídica por cualquier usurpación, ante los tribunales de marca comunitaria.

-La posibilidad de hacer valer los derechos conferidos por la marca como la cesión y licencia.

-Es una base antecedente para oponerse al registro de solicitudes posteriores en todos los Estados miembros.

-Con la futura ampliación de la Unión Europea, se verá incrementado el alcance territorial de la marca comunitaria.<sup>213</sup>

Con estas ventajas, más allá de lograr que la región de Chignahuapan se convierta en un caso exitoso fugaz, es proponer las bases adecuadas para que realmente el mercado de artesanías tenga un despunte en la proyección internacional a largo plazo y de una forma sostenible. Más allá de formar una sola marca, que se vuelva una empresa manufacturera o que se rija conforma al capitalismo en formas naturales o en formas inducidas de la organización de la producción se busca unificar el mercado de artesanías como un medio de desarrollo y sustento de las comunidades como del país.

Desde hace 7 años (desde 2010) aproximadamente, en Chignahuapan se trabaja en la gestión de marcas colectivas que buscan que las comunidades cuenten con un registro oficial para distinguir sus productos. No es un instrumento igual al de la “denominación de origen”, pero permite a los artesanos tener una cierta garantía sobre sus productos.<sup>214</sup>

Dentro de este programa de marcas colectivas existen hoy más de 70 marcas, 32 de ellas gestionadas desde 2007, por el FONART. Con miras a evaluar el trabajo y conocer cómo operan los artesanos con este formato se realizó la primera Reunión Nacional de Evaluación de Marcas Colectivas 2007-2009.<sup>215</sup>

---

<sup>213</sup>*Ibid.*, 2005, pág. 335.

<sup>214</sup>*Ibidem.*, practica de campo, dic. de 2016 a Chignahuapan, Puebla.

<sup>215</sup>“Rafaela Luft Dávalos, directora general del FONART, citó el ejemplo de las guitarras de Paracho; tras obtener el registro de la marca colectiva -labor que se llevó a cabo con el gobierno del estado- se logró reducir el tráfico de guitarras chinas. Describió también la experiencia de Oaxaca donde el registro detuvo una producción de alebrijes hechos de plástico en Estados Unidos.” Informador.MX, “*La piratería y el desuso atentan contra artesanías*”, Guadalajara, Dirección URL: <http://www.informador.com.mx/cultura/2010/172813/6/la-pirateria-y-el-desuso-atentan-contra-artesantias.htm>, [consultado durante el año de 2016-2017].

Sin embargo, existen algunas ventajas y desventajas de formar nuevos “gremios”<sup>216</sup> dentro del mercado de artesanías con injerencia del Estado y sus instituciones, como afectaciones por la falta de una eficaz regulación legislativa o jurídica de este sector. Se observa que hay mucho por trabajar y subsanar las grandes afectaciones que afronta este sector, frente a la liberalización del libre comercio y la alta corrupción a nivel interno en el mercado.

Una de las desventajas es que algunas de estas agrupaciones han fracasado, y no por ellos, si no por las siguientes causas:

1. No se conoce el entorno social, económico y político, en el que se encuentra la comunidad o el gremio y por lo tanto no se implementan las condiciones adecuadas para proliferar el mercado de artesanías.
2. Creer que la mejor forma de que el mercado de artesanías tenga un despunte en la proyección internacional sea totalmente la manufactura. Dentro de la economía capitalista el mercado de artesanías se vuelve paralelo, produciendo leyes de valor e intercambio de capital desigual a una escala del valor del trabajo manual. En ciertas circunstancias se observa que la organización de la producción artesanal en los gremios no tiene una orientación adecuada, pero esto se complica porque deriva de las formas naturales de organización<sup>217</sup>, de la comunidad.
3. Estas agrupaciones las promueven personas de fuera sin conocer nada sobre el mercado, como intermediarios y solo ven beneficios propios. (El canal más usual es el de los importadores y mayoristas, los cuales surten a cadenas de supermercados, tiendas, boutiques, etc. Los objetos de cerámica y sus derivados llegan al consumidor final a través de los mayoristas, importadores directos de artesanías y artículos de regalo, los cuales comercializan sus productos, ya sea en sus propios negocios al menudeo, o por medio de la distribución de los mismos en las grandes cadenas y en las tiendas de regalo y artesanías).
4. La capacitación respecto a costos, venta o cuestiones del mercado de artesanías son limitados para tener un control y exclusividad del que origino la agrupación o gremio. El agente, intermediario entre el productor y el importador, cobra una comisión que va del 5 al 10% sobre las ventas, dependiendo del volumen. Los agentes generalmente no tienen un buen conocimiento de los canales de distribución y de las tendencias del mercado; a parte de no

---

<sup>216</sup>Concepto rescatado de Ana Paulina Gámez Martínez, Artes y oficios de la Nueva España, Ed. Círculo de Arte, México, 2000.

<sup>217</sup>Marta Turok, Cómo acercarse a la artesanía, Editorial Plaza y Valdés, Secretaría de Educación Pública (SEP), Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), Gobierno del Estado de Querétaro, Primera edición, 1988, México, 1988, pág. 119.



saber obtener el costo o valor real del producto –de la artesanía-, es necesario estudiar la oferta y demanda, a qué consumidor será destinada (según las clases sociales que las comprarán y la finalidad) y para ello la autora Marta Turok, en su libro “Cómo Acercarse a la Artesanía” (1988), los clasifica en cuatro tipos de mercados:

-Mercado Turístico: se ofrecen las artesanías más comerciales.

-Mercado de decoración: se introducen nuevos diseños artesanales, son para interiores y contienen un objeto utilitario-decorativo.

-Mercado de coleccionistas: son piezas únicas, por encargo, o presentadas en museos, galerías, exposiciones, etc.

-Mercado por encargo especial: tienen un sello suntuario (religioso) y es por encargo especial.

5. Aunado a ello, el exportador (en su mayoría de los casos el artesano o intermediario) desconoce sus límites de producción, de tal manera que se compromete a ventas de volúmenes que no pueden producir y, al mismo tiempo, que evite aceptar pedidos que por sus características no pueda cumplir.<sup>218</sup>

Por otro lado, una ventaja de la conformación adecuada de agrupaciones, marcas o gremios en formas comunitarias inducidas, es que con ello, se podrían realizar compras en común de los recursos primarios para la elaboración de los productos a mejor calidad y a precios más bajos; se podría invertir más en maquinaria de uso común y asesoría técnica para que aumente la producción y la calidad de los objetos; para así, ingresar al mercado europeo de una forma más fuerte y resguardada totalmente bajo la protección nacional (de la normativa) del comercio exterior mexicano.

De igual manera, las marcas o gremios comunitarios de artesanos mexicanos deben contactar importadores y distribuidores consolidados para la distribución de su producto. Lo anterior es importante ya que el consumidor busca la garantía del producto que se vende en un punto reconocido. En Europa, hay un creciente predominio de las cadenas de gran distribución, de las tiendas tradicionales al menudeo. Asimismo, existen algunas cadenas departamentales y de supermercados europeos que realizan importaciones directamente, cuentan con su propio importador, para que el realice todos los trámites aduanales y administrativos.

Contraer mayores ventajas, se logrará cuando este mercado se sustente en su “autogestión comunitaria” pero de una manera ejecutable y sólida. Es decir, cuando los

---

<sup>218</sup>Datos formulados en práctica de campo, dic. de 2016 a Chignahuapan, Puebla.

artesanos tengan autodeterminación, autonomía comercial y participación directa de en los procesos de investigación, diagnóstico, formulación y desarrollo de los programas de apoyo.

Un buen ejemplo de ello es “la cooperación de artesanos Tzotziles y Tzetzales del estado de Chiapas, denominado Sna Jolobil (la casa de los tejidos, en español), creada hace diez años y que hoy agrupa 600 mujeres de veinte comunidades (algunas veces llego a 2000 aun que se depurando). Cuenta con un fondo de materias primas, talleres propios de investigación y rescate de técnicas antiguas de teñido y de diseños, un programa de ediciones, una colección de tejidos antiguos, una tienda, un sistema de costeo y control de calidad, administración y contabilidad propios, representantes locales con un consejo de administración que se reúne con regularidad, y cambio periódico de directivos. En fin, aunque no esté ajena a los problemas que enfrenta cualquier organización, ha pasado las pruebas más difíciles, logro en 1986 el premio Nacional de Ciencias y Artes en la rama de Artes y Tradiciones Populares, máximo galardón que otorga anualmente el Gobierno de la Republica.”<sup>219</sup>

**VIII.- Así, como es importante contar con un sello de calidad y atractivo (una marca), es importante como ya se mencionó contar con un embalaje, canal de distribución y seguro adecuado para desarrollar una exportación de las artesanías en tiempo y forma.**

A continuación, se da una recomendación ejemplificada sobre el embalaje, canal de distribución, almacén y seguros, de la exportación de artesanías, esferas de vidrio soplado navideñas, entre la relación comercial de México con Italia, con base en el TLCUEM. Se debe tomar en cuenta que existen algunos estándares técnicos en el etiquetado:

- Se recomienda que se asiente en el contrato de compra-venta las características de envase y embalaje, de acuerdo con el transporte y tipo de mercancía. Esta disposición es aplicable a todos los *INCOTERMS*<sup>220</sup>(Más Información Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahupan, Puebla a Italia); en términos de negociación con un importador europeo, los *INCOTERMS* más utilizados son: FOB, CFR y CIF, las cuales pueden estar denominadas en dólares estadounidenses. Anexo a la cotización, es importante incluir información relevante acerca del producto, vigencia, los tiempos de entrega y desde luego las condiciones de pago.

---

<sup>219</sup>*Op.cit.*, 1988, pág. 122.

<sup>220</sup>Datos obtenidos de Francisco Bahamonde Medina, El Manual del Exportador, Primera edición, Ministerio de Agricultura (FUCOA), Chile, pág. 36 y 37.

-Los consumidores europeos reconocen la calidad del producto a través de la información adicional que se da. La etiqueta representa un elemento importante para ofrecer un reconocimiento del mismo. Por ello, se debe incluir información sobre el tipo de materiales utilizados, garantía de originalidad, país de origen. El idioma puede ser el natal con traducción inglés e italiano. El vendedor (el artesano) debe envasar, y marcar adecuadamente la mercancía indicando las instrucciones de cuidado y características, es decir: si es frágil, radiactivo, si es un producto químico, si no se deja en lugar húmedo o bajo la lluvia, etc.

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

-Posterior a ello para su traslado, en primer lugar, el exportador o el declarante presenta la mercancía, la declaración de exportación (en inglés) y, si fuera necesario, la autorización o licencia de exportación. Este trámite se realiza en la oficina aduanera competente del lugar donde se ha establecido o en el lugar donde se ha empaquetado o cargado la mercancía para el transporte de exportación (*Código de Aduanas*). La declaración de aduana debe contener la siguiente información:

- Código, número, nombre, cantidad y precio del producto
- Destino de la mercancía y dirección de la persona o lugar de recepción
- Nombre y número de registro de la empresa de transporte
- Lugar de almacenamiento.<sup>221</sup>

De manera general, cuando la mercancía del exportador mexicano llega al puerto de destino europeo, se deben presentar los siguientes documentos:

- ✓ Declaración Aduanal<sup>222</sup>: Es presentada generalmente por el importador. Además, les sirve a las agencias especializadas para recopilar información necesaria en comercio exterior.

---

<sup>221</sup>Datos recaudados de Código de Aduanas y de *“Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea”*, BANCOMEXT – ITESM, 3a edición, México, 2005, pág. 337 y 338.

<sup>222</sup>“El exportador o el declarante presenta la mercancía, la declaración de exportación (en inglés) y, si fuera necesario, la autorización o licencia de exportación. Este trámite se realiza en la oficina aduanera competente del lugar donde se ha establecido o en el lugar donde se ha empaquetado o cargado la mercancía para el transporte de exportación. La declaración de aduana debe contener la siguiente información: código, número, nombre, cantidad y precio del producto; destino de la mercancía y dirección de la persona o lugar de recepción; nombre y número de registro de la empresa de transporte; lugar de almacenamiento.” (información recaudada del Código de Aduanas).

- ✓ Declaración de Valor o D.V.I: Es necesario para dejar constancia de que la mercancía pasó por la aduana. Incluye datos como el nombre del importador, el código TARIC<sup>223</sup>, el tipo de divisa utilizada en la transacción, el tipo arancelario aplicable, etc.
- ✓ Packing List: Se refiere a la factura comercial y la relación de contenido. Se presenta para poder controlar los bultos recibidos. Es necesario presentarlo para poder saber el valor en aduana de la mercancía, que es la base de impuestos. Además, hay otros valores que se le pueden agregar, como el flete (se calcula por medio del *INCOTERM* utilizado).
- ✓ El Bill of Lading: El documento o título de transporte. Esto es simplemente una factura del servicio de transporte, pero sirve para calcular el valor en aduana de las mercancías ya que el flete implica un incremento.
- ✓ El Certificado de Origen Preferencial: Este documento es la garantía de que el producto fue elaborado en un país con quien la Unión Europea mantiene un trato comercial preferencial. Para estos casos, existen dos tipos de certificado de origen, según el caso:
  1. Si las mercancías son originarias de países incluidos en el Sistema General de Preferencias (SGP), el certificado a presentar es el modelo FORMA "A".
  2. Si las mercancías son originarias de países con los que la Unión Europea ha suscrito Acuerdos Bilaterales Preferenciales, el modelo a presentar es el EUR. 1 (aplicable en el caso de exportadores mexicanos).<sup>224</sup>

---

<sup>223</sup>El TARIC o Arancel integrado de la Comunidad Europea, permite a las autoridades comunitarias cuantificar con precisión el número de exportaciones e importaciones de mercancías, sirviendo además como control administrativo. En función de la clasificación que alcance este dato, se pagarán los impuestos correspondientes. En resumidas cuentas, estamos ante el sistema de clasificación arancelaria para la Unión Europea.

El TARIC tiene sus antecedentes tanto en el Sistema Armonizado o clasificación arancelaria que utiliza la mayoría de los países como en la Nomenclatura Combinada, sistema en el que las mercancías están codificadas en 8 dígitos.

Para entender este sistema es necesario saber que el noveno número es el código del país, que junto con los tres dígitos siguientes hace único el código para cada uno de los quince países miembros.

Porque proporciona al exportador información sobre medidas arancelarias y no arancelarias aplicables a su producto. Es decir, datos tan importantes, que su desconocimiento podría producir una pérdida para el exportador en tiempo, dinero y esfuerzo."

Datos obtenidos de Cámara de Comercio, Plan Cameral de las Exportaciones, Dirección URL: <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/preguntas-comercio-exterior/-/preguntas-comercio-exterior/0280e886-dd97-4e7c-a2ae-392a69b2da47>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>224</sup>Para efectos del TLCUEM el Certificado de Origen antes requerido para el sistema de preferencias ha venido a ser reemplazado por la forma EUR-1, documento sin el cual no se gozan los beneficios mencionados en el TLCUEM. La principal directiva para la cerámica o vidrio es la UE 500/1984. Con ciertos Requisitos de importación:

- Certificado de libre circulación de mercancías (EUR1).
- Factura Comercial.
- Lista de empaque
- Pedimentos de exportación

- ✓ Otros documentos en función del producto (controles aduanales): Los documentos enumerados anteriormente son los más utilizados. Sin embargo, es importante precisar que en caso de que el producto a exportar sea de origen animal, vegetal, pesquero o farmacéutico, deberá presentarse un certificado de sanidad exterior.
- ✓ Por otro lado, para evitar la devolución de la mercancía, su destrucción o simplemente la negativa de las autoridades para que esta entre al territorio comunitario, es indispensable conocer el código TARIC del producto.<sup>225</sup>
- ✓ Este tipo de trámites aduanales son regímenes que se aplican exclusivamente a los intercambios con países terceros y son concebidos con el fin de responder de manera eficaz a las necesidades de los operadores. Según la normativa comunitaria, estos regímenes cubren tres funciones principales:
  - Almacenamiento.
  - Transformación.
  - Utilización.

Para cuestiones de almacenamiento, tanto para efectos de importación como de exportación, dos tipos de locales: públicos y privados, permiten almacenar las mercancías de la siguiente forma:

Tipo a- Mercancías almacenadas bajo la responsabilidad del gestor (encargado del almacén). Aquí es obligatorio llevar un control administrativo de los productos almacenados.

Tipo b- Aquí las mercancías quedan bajo la responsabilidad del usuario del almacén. No se hace necesario ningún tipo de control sobre la mercancía almacenada.

Tipo c - Local destinado al almacenaje de mercancías por el gestor del local.

Tipo d-Similar al anterior, a diferencia de que este tipo permite el consumo de la mercancía sin presentación previa en el despacho aduanal y antes del depósito de la declaración de importación.

Tipo e- Similar al tipo C. Implica el almacenamiento de mercancías sin acuerdo previo del local, si bien los lugares de almacenamiento deben ser conocidos por el servicio de aduanas.

Tipo f -El control queda en manos de la administración aduanal

Para garantizar ello, existen dos sistemas de almacenes:

- Sistema de Suspensión - Para mercancías que van a ser reexportadas fuera del territorio comunitario con total seguridad. En este caso, se suspende todo tipo de medida impositiva,

---

- Guía Aérea o certificado de transporte.” Raffaella Silveti, “*El Acuerdo de Libre Comercio Unión Europea – México: Guía de uso*”, pág. 8.

<sup>225</sup>Datos obtenidos de *op.cit.*, BANCOMET – ITESM, 2005, pág. 339 y 340.

- Sistema de Devolución - Para mercancías cuya reexportación sea parcial o no del todo seguro. En este caso se pagan los aranceles correspondientes que posteriormente serán devueltos si se da la reexportación.<sup>226</sup>
- ✓ La mercancía no comunitaria es aceptada temporalmente (se trata de mercancías que van a ser utilizadas con carácter temporal en ferias, exposiciones, realización de trabajos, muestras, etc). También, permite importar temporalmente mercancías de terceros países (materias primas, materiales o piezas sueltas), para transformarlas, repararlas e incorporarlas a otros procesos.
- ✓ Una vez transcurrido el período de tiempo autorizado para dichas mercancías, éstas deben de regresar a su lugar de origen. Existen ocasiones en que la reimportación está motivada por circunstancias que surgen después de la exportación de las mercancías. La legislación de la Unión Europea permite en casos como estos, conceder a las mercancías así reimportadas una franquicia de derechos e impuestos de importación, al igual que la devolución de los derechos e impuestos de exportación eventualmente percibidos en el momento de la exportación, a través de un régimen aduanero.
- ✓ La declaración del despacho a consumo puede efectuarse tanto para las mercancías importadas directamente como para aquellas que han sido sometidas previamente a otro régimen aduanero, como el depósito de aduanas, la admisión temporal o el tránsito aduanero.<sup>227</sup>
- ✓ Esto es referente al almacenaje, pero para poder ser depositado ahí o llegar a su consumidor final, se necesita conocer los medios de transporte o canales de distribución comerciales manejados ante dichos países, México e Italia. Así como, ya se estudió, Italia es un buen socio comercial por su posición geoeconómica; y a su inversa México también es un buen socio comercial por su posición geoeconómica y sus puertos marítimos.

---

<sup>226</sup>Para obtener cualquiera de ambos sistemas es necesario cumplir previamente una serie de requisitos, de los cuales se puede obtener información en cualquier despacho aduanal. *Ibidem.*, 2005, pág. 340.

<sup>227</sup>*Ibid.*, 2005, pág. 339.

México cuenta con un total de 49 aduanas distribuidas de la siguiente manera: 19 en la frontera norte, dos en la frontera sur, 17 marítimas y 11 interiores.

Aunado a esto, la modernización en los procesos aduanales permite la explotación y aprovechamiento de los tratados comerciales que

benefician a la economía mexicana. Los más de 11 mil kilómetros de costas, proporcionan a nuestro país la posibilidad de ser altamente competitivo y promover el comercio global con la infraestructura necesaria. Donde más del 50% de importaciones se hacen a través de puertos, razón por la cual se realizan fuertes inversiones en ellos.<sup>228</sup>

En México existen 117 puertos cuya función es ser el punto de enlace entre el transporte terrestre y marítimo, por lo que cuentan con el espacio físico y la infraestructura que permite el intercambio logístico con otros medios, la realización de maniobras de carga y descarga de buques, así como el acceso y salida al mar de los mismos. Del mismo modo, integran espacios que permiten la actuación de las autoridades y la realización de los trámites aduanales correspondientes a la entrada y salida de mercancías del territorio nacional.<sup>229</sup>



**Mapa II. Puertos comerciales de México.** \*Obtenido de Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Dirección URL <http://www.realestatemarket.com.mx/articulos/infraestructura-y-construccion/12652-puertos-entrada-y-salida-comercial-de-mexico>, [Consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>228</sup>Datos obtenidos de Expo Carga, “Puerta de entrada de negocios con EU”, México, Dirección URL: <http://www.expo-carga.com/Newsletter/Enero/Mexico-puerta-de-entrada-de-negocios-con-EU>, [Consultado durante año de 2016-2017].

<sup>229</sup>“Los puertos marítimos son espacios físicos que permiten el enlace y movilización eficiente de bienes cuando éstos son trasladados por mar, cuyo destino y origen principal en el país se constituye de naciones del propio continente americano, del europeo y el asiático. Los puertos tienen diferentes vocaciones y alcance, de modo que es posible encontrar los que tienen

La relevancia de un puerto es considerada a partir de su capacidad de administración integral y de operación. De acuerdo a la razón del tipo de tráficos que operan, los puertos comerciales se clasifican en dos categorías: de altura, que atienden flujos internacionales, y los de cabotaje, orientados a los movimientos marítimos entre dos puertos nacionales. Según estadísticas de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes del 2012, el transporte marítimo es el segundo más utilizado, sólo superado por el carretero, pues 29% del valor de las importaciones y 28% del correspondiente a las exportaciones se realiza por esta vía y por cada tonelada de carga que ingresó en ese año al país, salieron dos.<sup>230</sup>

Nuestro país tiene conexión con cuatro continentes a través de las terminales marítimas, siendo Manzanillo, Veracruz, y Lázaro Cárdenas los tres principales destinos de contenedores importados en México:

- Siendo el puerto de Manzanillo el número uno en importaciones.

- El puerto de Veracruz (principal vía de entrada de la industria automotriz) tiene una extensa gama de rutas navieras cubriendo tres continentes, en esta terminal se reciben productos de Arabia Saudita, Italia, Congo, Noruega, Canadá y Estados Unidos; asimismo, países como Colombia, Chile, Brasil, Uruguay y Argentina, lo utilizan como puente para llevar sus productos a Norteamérica; ha recibido en los últimos años un alto presupuesto para modernización y ampliación de instalaciones.

---

finés comerciales, turísticos, pesqueros, petroleros e incluso militares, y cuyo ámbito de acción es el plano internacional, llamados de altura, y aquéllos que trasladan mercancías entre puertos nacionales, nombrados de cabotaje.

La importancia de los puertos en el comercio exterior es relevante porque conforman nodos en la logística de transporte que permitirá su entrega y recepción apropiada y oportuna en las regiones de consumo; éstos permiten aprovechar el amplio litoral del país y las condiciones naturales locales y, con diferente alcance y especialización, son reconocidos a nivel global por la calidad y eficiencia de sus operaciones, situación determinante en el mantenimiento y consolidación de las relaciones comerciales nacionales.” Xóchitl Gil Camacho, “*Señalan importancia de puertos mexicanos en logística*”, especialista de la Subdirección de Evaluación de Programas de FIRA, 11-nov-2013, Dirección URL: <http://www.logisticamx.enfasis.com/notas/67334-senalan-importancia-puertos-mexicanos-logistica>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>230</sup>Datos obtenidos de Guillermo Ruiz de Teresa, “*Puertos, entrada y salida comercial de México*”, Coordinador General de Puertos y Marina Mercante, Secretaría de Comunicaciones y Transportes”, Dirección URL: <http://www.realestatemarket.com.mx/articulos/infraestructura-y-construccion/12652-puertos-entrada-y-salida-comercial-de-mexico>, [consultado durante el año de 2016-2017].



-El puerto que ocupa el tercer lugar en importaciones es Lázaro Cárdenas (en Michoacán) 49% del flujo de carga en este destino corresponde a importaciones, de las cuales, casi la mitad corresponden a minerales a granel.<sup>231</sup>

Por otra parte, la infraestructura de los aeropuertos con vuelos comerciales, permite también que los aviones de carga entren fácilmente, sin importar el destino de procedencia o la cantidad de contenedores que se tengan con respecto a carga aérea las tres principales aduanas en nuestro país son: Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, Aeropuerto de Guadalajara y Aeropuerto de Monterrey.<sup>232</sup>

Las rutas ferroviarias en comparación con las aéreas y marítimas son delimitadas, sin embargo, éstas funcionan como medio de transporte interno, debido a que se utilizan para trasladar los productos hacia y desde las diferentes fronteras, destacando las siguientes rutas: Nogales–Hermosillo; Nuevo Laredo–Monterrey; Nuevo Laredo–México DF; Piedras Negras–Monterrey; Piedras Negras–Altamira; Piedras Negras–México DF; Ciudad Juárez Monterrey; y Ciudad Juárez–México DF. En cuanto a la infraestructura carretera, México cuenta con 355 mil 796 kilómetros, uniéndose una parte importante con el Distrito Federal.<sup>233</sup>

---

<sup>231</sup>Datos obtenidos de Universal.Oline, “Los 10 puertos más importantes de México”, De 10, Dirección URL, <http://archivo.de10.com.mx/mas-seguros/2013/los-10-puertos-mas-importantes-de-mexico-17614.html>, [Consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>232</sup>“Estados Unidos, sigue siendo el principal usuario de las rutas aéreas para el transporte e importación de mercancías a México, esto derivado de la cercanía que permite mantener costos accesibles al transportar los productos.” *Ibidem.*, Universal.Oline, Dirección URL: <http://archivo.de10.com.mx/mas-seguros/2013/los-10-puertos-mas-importantes-de-mexico-17614.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>233</sup>“Estados Unidos, al ser la frontera más cercana y contar con un tratado de libre comercio, es el principal usuario de las aduanas terrestres, mismas que se utilizan principalmente para el movimiento de productos electrónicos y automotrices. Gracias a lo anterior y en orden de importancia, las fronteras ubicadas en Nuevo Laredo, Ciudad Juárez y Tijuana son las más concurridas. La primera es considerada el puerto comercial de mayor importancia para nuestro país porque cuenta con cinco puentes internacionales, dos de ellos usados exclusivamente para comercio. El puente de Colombia, ubicado en Nuevo León, se posiciona en el segundo lugar de relevancia, este tiene entrada tanto turística como de carga y colinda con Texas. En las fronteras ubicadas en Laredo, Nuevo Laredo y Colombia se traslada el 30% de toda la carga comercial que se intercambia vía terrestre con Estados Unidos.” Datos obtenidos de Expo Carga, “México, puerta de entrada de negocios con EU”, Dirección URL: <http://www.expo-carga.com/Newsletter/Enero/Mexico-puerta-de-entrada-de-negocios-con-EU/>, [consultado durante año de 2016-2017].

Sumado a ello, para la exportación de artesanías, esferas de vidrio soplado de Chignahuapan de Puebla a Italia, también se debe conocer la red de distribución y transportación de mercancía en Italia. El sector portuario especializado (contenedores) se encuentra en pleno crecimiento en Italia.

Prueba de esto es la presencia de nueve puertos italianos en la clasificación de los treinta principales puertos de la Unión Europea en términos de tráfico en contenedores. Los principales puertos marítimos comerciales de Italia son: Puerto de Génova, Puerto de La Spezia, Puerto de

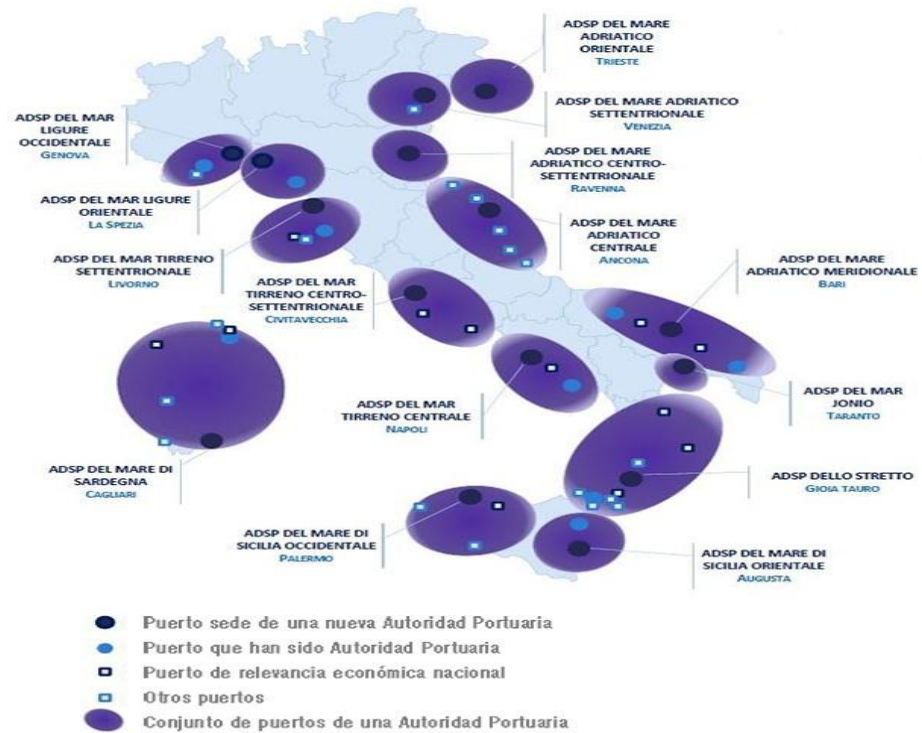
Nápoles, Puerto de Livorno, Puerto de

Ancona, Puerto de Brindisi, Puerto de Tarento, Puerto de Trieste.<sup>234</sup>

Las empresas italianas con profesionales del transporte y administración de transporte son: Aermar, ANSEP-UNITAM y el Ministerio de Transporte. Y como mejor opción para transportar la mercancía a Italia desde Puebla es vía terrestre hasta el puerto Lázaro Cárdenas de México al puerto Génova en Italia y de ahí vía terrestre y férrea, para su distribución a Italia.

El transporte de mercancía por carretera representa 1.243 millones de toneladas cada año en el interior de Italia. Por vía terrestre Italia cuenta con la Confederación Italiana de

### Nuevas autoridades portuarias italianas



Mapa III. Puertos Marítimos de Italia. \*Obtenido de Portal web oficial Santander, "Italia: exportación de productos", Trade Portal, Dirección URL: <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/italia/exportacion-de-productos>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>234</sup>“El transporte marítimo se ha incrementado en Italia y en los intercambios intracomunitarios gracias al proyecto de "autopistas marinas " en el marco del desarrollo de la red transeuropea de transporte.” Portal web oficial Santander, "Italia: exportación de productos", Trade Portal, Dirección URL: <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/italia/exportacion-de-productos>, [Consultado durante el año de 2016-2017].

Transporte y Logística y Ministerio de Transporte. La red ferroviaria italiana representa 87 millones de toneladas de mercancía cada año en Italia. Por vía férrea cuenta con las siguientes empresas: Trenitalia, Grupo FNM, Rail Traction Company, Del Fungo Giera, SBB Cargo Serfer. Los cuales son administrados por: CESIFER, Centro de Certificación de Seguridad de las Empresas Ferroviarias (Dirección Técnica de la RFI) y Ministerio de Transporte.<sup>235</sup>

Otra vía de transporte sería la Área, con los siguientes aeropuertos italianos: Aeropuertos de Milán y Aeropuertos de Roma, con las siguientes aerolíneas transportistas: CMA, AirOne, Alitalia; Administradas por ANAMA (Asociación Nacional de Agentes de Flete Aéreo) y Ministerio de Transporte.<sup>236</sup> Esta sería la opción en tiempo más rápida, pero en precio aumenta considerablemente por los impuestos, seguros y embalaje. De forma aérea la mejor opción para transportar las esferas de vidrio de Chignahuapan de Puebla, sería del Aeropuerto Internacional de México, al Aeropuerto de Roma en Italia.

Con base en estos sistemas de distribución de exportación, se debe especificar cuándo y en dónde se termina la responsabilidad del comprador, así como del vendedor para evitar confusiones posteriores y colocar debidamente el INCOTERM (ya mencionado) en el pedimento.

En lo que respecta al embarque marítimo, existen dos opciones principales: que la responsabilidad del vendedor termine en el puerto local o bien, que éste tenga que pagar el seguro y flete de la mercancía hasta el puerto destino. De la misma manera y para los medios de transporte, la responsabilidad del vendedor puede terminar cuando éste entrega la mercancía en su fábrica o bien tiene que pagar el seguro y transporte hasta la fábrica del comprador.

En esta cuestión para garantizar la calidad de transportación y por seguridad de la mercancía se deben conocer por lo menos algunos de los diferentes tipos de seguros:

Seguros BANCOMEXT. - Como parte de sus actividades financieras y promocionales BANCOMEXT ha instrumentado productos que contribuyan a cubrir el riesgo de ventas, tanto nacionales como de exportación, y coadyuven a que las empresas mexicanas cuenten con

---

<sup>235</sup> *Ibidem.*, Trade Portal, Dirección URL: <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/italia/exportacion-de-productos>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>236</sup> *Ibid.*, Trade Portal, Dirección URL: <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/italia/exportacion-de-productos>, [consultado durante el año de 2016-2017].

condiciones competitivas en sus operaciones comerciales.<sup>237</sup> Cuenta con un seguro de crédito interno y un seguro crédito exporta:

1.-Seguro de crédito interno. -El objetivo de este Seguro es apoyar a las empresas mexicanas contra la falta de pago de sus compradores dentro de la República Mexicana, derivada de algún riesgo comercial (los beneficiarios son: Institución financiera o empresa, que haya financiado la operación). Cuenta con una cobertura del 90% de la pérdida neta sufrida por el asegurado como consecuencia de los riesgos cubiertos, con una vigencia de la póliza, de un año, con renovación automática.<sup>238</sup>

2.-Seguro de Crédito Exporta. - Cubre los siguientes riesgos: a) Insolvencia: Quiebra o suspensión de pagos del comprador; b) Mora prolongada. 120 días posteriores al vencimiento del crédito. Cuenta con una del 90% de la pérdida neta sufrida por el asegurado como consecuencia de los riesgos cubiertos, con una vigencia de la póliza de un año, con renovación automática. Los beneficiarios son la Institución financiera o empresa que haya financiado la operación mediante la emisión de una Orden de Pago a favor de ésta. Contrae primas, en función del país, plazo y riesgo de cada comprador.

Aunado a ellos se debe de obtener las siguientes garantías:

Garantía de Post-embarque. -Las garantías de riesgo político de BANCOMEXT se ofrecen a empresas exportadoras directas. Su objetivo es cubrir a la empresa de la posibilidad de falta de pago de su comprador en el extranjero por motivos políticos.<sup>239</sup>

Garantía BERD. -Con el propósito de facilitar e incrementar las exportaciones mexicanas a Europa Central, Europa del Este y Asia Central. Se ha constituido un mecanismo de apoyo financiero, mediante el cual los exportadores mexicanos pueden contar con una garantía de pago en los 26 países

---

<sup>237</sup>“El seguro será aplicable a todas las ventas realizadas en el territorio nacional que reporte el asegurado, con excepción de las que se paguen al contado, con carta de crédito confirmada, los compradores sean personas físicas de sectores económicos no considerados por Seguros BANCOMEXT para cobertura. Seguros BANCOMEXT se constituye como una empresa de carácter privado, y se rige por las normas que aplican a todas las compañías de seguros en México. Orientada hacia las pequeñas y medianas empresas que requieren de apoyo a través de esquemas que les brinden mayores niveles de certidumbre en mercados y clientes desconocidos para ellas.” Datos obtenidos de *op. cit.*, BANCOMEXT – ITESM, 2005, pág. 355.

<sup>238</sup>“Para mayor información sobre los seguros, favor de comunicarse a: Seguros BANCOMEXT, S.A. de C.V., Montecito 38 (Word Trade Center), piso 26, Col. Nápoles, México D.F. C.P. 03810 Tel. 55- 54-88-28-28, Del interior sin costo 01 800 317-1234.” *Ibidem.*, 2005, pág. 356.

<sup>239</sup>“Esta garantía protege a las empresas exportadoras de la falta de pago por parte del importador debido a riesgos políticos ocurridos en el país de destino de las mercancías, una vez que éstas fueron recibidas por el comprador.

Al cubrir la pérdida neta que el exportador sufre por dicho incumplimiento, la garantía de post-embarque impulsa a las empresas mexicanas para concretar ventas en los mercados internacionales. Se cubre hasta 90% del crédito del valor de la factura de exportación, y se ofrece a las empresas a través de una ventanilla única, compartida con seguros BANCOMEXT.” *Op. cit.*, 2005, pág. 354.

que apoya el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD). Mediante este instrumento se podrán garantizar Cartas de Crédito, Cartas de Crédito Stand by, bonos de pagos adelantados, pagarés suministrados o avalados por los bancos emisores, cuentas de intercambio y las demás garantías de pago.<sup>240</sup>

Se recomienda identificar y seleccionar a un socio europeo («Trade Partner») que facilite la entrada al mercado. El socio europeo no sólo ayudará a seleccionar el mercado meta y el canal de distribución más adecuado, sino que contribuirá a reducir los riesgos de extravío de la carga y de la cobranza. Además, ayudará a fortalecer la comunicación entre el exportador y el consumidor final. Existen diferentes tipos de empresas europeas que pueden actuar como «Trade Partners»:

- Agentes- Persona o compañía independiente que se encarga de establecer el vínculo entre el exportador y el importador. Sus servicios normalmente son cubiertos por el exportador bajo la forma de una comisión la cual es calculada con base en una cotización CIF de los productos exportados.

- Importador- Persona o empresa independiente especializada en el comercio de cierto tipo de bienes procedente del exterior. Es el vínculo entre el exportador y los distribuidores mayoristas.

- Importador-mayorista- Persona o empresa que además de internar las mercancías procedentes del exterior facilita la entrega de las mismas a determinados canales de distribución, apoyando con promociones la comercialización.

- Comercializadora- Empresa independiente que se especializa en el comercio de cierto tipo de mercancías. Normalmente maneja un rango amplio de productos y sus operaciones de compra-venta las efectúa por su propia cuenta y riesgo. En ocasiones tiene oficinas de representación fuera de Europa.

- Broker - Representante que ayuda en la ejecución del plan de comercialización a cambio de un pago fijo. Opera en diferentes mercados europeos y puede manejar «commodities» y productos de marca.<sup>241</sup>

Independientemente de cuál de las figuras señaladas sea elegida como socio, las empresas deben prepararse con un plan de negocios antes de establecer contacto con ellas. El Programa de Inversiones en Infraestructura de Transporte y Comunicaciones señala que una infraestructura y logística moderna es indispensable para elevar la productividad, la competitividad, el desarrollo económico y la calidad de vida.

---

<sup>240</sup>*Ibidem.*, 2005, pág. 355.

<sup>241</sup>“La experiencia de dicho socio en la distribución de productos y en los mecanismos de determinados nichos de mercado es de gran importancia para el éxito de la empresa exportadora”. *Op. cit.*, 2005, pág. 33.

Oportunidades de crecimiento existen, sin embargo, es prioritario que las compañías que deseen crecer en el mercado internacional, cuenten con la experiencia y asesoría de empresas que además de ser proveedoras de servicios logísticos puedan ser un socio de negocios que brinda los medios para importar sus productos, con soluciones a la medida de sus necesidades, de tal forma que puedan enfocarse en hacer crecer su negocio y mover sus mercancías en tiempos competitivos.

### **IX.-Promoción internacional**

La participación en ferias internacionales le permite al exportador dar a conocer sus productos y a su vez estar al corriente de las tendencias del mercado, gusto en colores, nuevos diseños y los productos de la competencia. Se destacan el programa de ferias internacionales especializadas y costos Industriales:

- Detección y difusión de oportunidades de negocios.
- Identificación de importadores e inversionistas.
- Promoción de inversión extranjera.
- Investigación de mercados.
- Promoción de oferta exportable.
- Participación en ferias y exposiciones internacionales:
- Agendas individuales de negocios en el exterior.
- Misiones de exportadores e importadores

Dentro de los proyectos que la Gerencia de Promoción Internacional de este sector ha venido apoyando, ocupa un lugar destacado la promoción entre las empresas mexicanas fabricantes del sector de artesanías, un “Centro de Exhibición y Distribución de Muebles y Artículos de Decoración y Regalo Mexicanos en Europa”, que fue inaugurado en 2003 en Valencia, España, y en México la feria del Árbol en Chignahupan, Puebla.

Lo anterior, con el objetivo de que cada vez más empresas mexicanas aprovechen tanto la posibilidad de contar con un centro de distribución y sala de exhibición para sus productos en Europa, como el subsidio de la Secretaría de Economía con el que cuenta la Asociación de Fabricantes de Muebles y Artículos. Principales ferias del sector



Salon Interacional





Christmasworld (se tomará como ejemplo en el Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahupan, Puebla a Italia)



Feria Internacional Inhorgenta



Feria Internacional Tendence

-  Feria de Birmingham SFB y
-  AFB Feria Internacional Vicenza <sup>242</sup>

Principales revistas del sector donde se promocionan los artículos y estas ferias, son en publicaciones de artículos de moda, de decoración, de tendencia, para el hogar o empresas, de diseño gráfico, de turismo y de regalos, es una gran oportunidad para dar a conocer y publicitar la venta de las artesanías mexicanas con proyección internacional.

**X.- Ejemplo de caso práctico de la exportación de artesanías, esferas de vidrio soplado de Chignahuapan, formas de pago y construcción del precio para una exportación exitosa.** -En el caso de la construcción del precio de exportación de esferas navideñas a Italia se analizará en la siguiente tabla, para posteriormente ejemplificar la forma de pago con una factura comercial en una exportación:

Construcción del precio de exportación esferas navideñas de Puebla a Italia	
Tipos	Análisis

<sup>242</sup>Decorativos, A.C. (AFATIMAD), entidad que administra dicho centro. Por parte de las Consejerías Comerciales de Bancomext en la UE, se busca canalizar la demanda del pequeño y mediano comprador europeo (mueblerías, diseñadores y arquitectos) que identifican hacia este Centro de Distribución. Para más información sobre las Ferias del sector consultar: <http://www.auma-messen.de/contentDB.aspx?sprache=s&db=mw.> Op. cit., 2005, pág. 154 y 155.

<p><b>Nacional:</b></p> <p><b>¿Cuánto cuesta en el mercado nacional?</b></p> <p>De 5 a 50 pesos por pieza. En este caso se tomará el ejemplo del valor en precio nacional de \$200 pesos por caja con 20 piezas, es decir de 10 pesos la pieza (el precio de una esfera de tamaño regular).</p>	<p>Se tienen dos líneas de producción: la nacional y la internacional. Es decir, un mismo producto con dos etiquetas (de ahí las líneas de producción diferenciadas).</p> <p>La empresa debe ver si aguanta ese gasto extra, con base a la oferta y demanda del producto en el mercado nacional.</p>
<p><b>Línea de Planeación Internacional depende a:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Auditoria Empresarial Exportable (AEE)</b></li> <li>• <b>Marco jurídico</b></li> <li>• <b>Análisis de Mercado</b></li> <li>• <b>Logística Comercial Interna</b></li> <li>• <b>Formas de pago</b></li> <li>• <b>Contratos Internacionales</b></li> </ul> <p>• <b>Construcción del precio de exportación, con base a:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>VF: Valor Factura (en la moneda de transacción)</b></li> <li>○ <b>VUSD: Valor en Dólares o Euros.</b></li> <li>○ <b>Vi: Valor con los incrementables</b></li> <li>○ <b>VC: Valor Comercial</b></li> <li>○ <b>VA: Valor Aduana</b></li> <li>○ <b>Valor total: 89 euros</b></li> </ul>	<p>Lleva a examinar la situación Financiera, Administrativa, Tecnológica, de RR.HH. y logística que tiene la empresa; donde, no solo se estudie el mercado nacional a donde se exportara, si no la logística de cómo se trasladara la mercancía, según el área geográfica o el clima, el consumo, el marketing, PIB, poder adquisitivo, los seguros y el incoterm, etc, porque conforme a ello surgen gastos extras, que depende de ello se sabe si rentable o no la exportación. Siempre hay un costo extra, por mínimo que sea, para un producto que ha de ser exportado.</p> <p>Debe existir entonces un área internacional en la empresa para ver cómo está la cuestión y analizarla conforme al marco jurídico de comercio exterior de ambos países.</p> <p>Esa diferenciación “cosmopolita” nace la diferencia entre las líneas de producción y se meten esos costos extra de exportar en el precio de exportación.</p> <p>Se necesita alguien que sepa de programas de fomento. Es necesario demostrar la línea de producción internacional rentable.</p>
<p>Total. - Si al obtener una ganancia de 25% de la exportación entonces es una exportación rentable.</p>	

\*Cuadro I. Construcción del precio de exportación de esferas navideñas de Chianhuapan a Italia. Fusión de datos recopilados durante la presente investigación.

Productos a exportar (esferas navideñas de vidrio soplado de Chignahuapan)

Código de productos	Productos	Unidades	Precio en venta MM	Precio de exportación	Precio sin IVA	Precio en dólares	Euros
E-001	Esfera regular navideña de vidrio soplado	Caja de 20 piezas de esferas regular	\$200	\$900	\$850	50	89

- Peso Unitario: 1 kg x 200 cajas (con 4000 piezas, esferas navideñas, en una caja de 75 cm de altura y de 70x70 a los lados, es=200 kg por 4 paquetes de 50 cajas de esferas en un contenedor, es igual a 200 kg).
- Por ende, la necesidad de usar un contenedor del siguiente estilo: Open top 20´





Open Top:20"

LANTEL Group

**Estos son los resultados obtenidos:**

<b>Container seleccionado:</b>	20 box
<b>Peso máximo del container:</b>	200 kg
<b>Peso unitario del paquete:</b>	1 kg
<b>Número máximo de paquetes por container:</b>	1645 uds/container
<b>Número de containers necesarios:</b>	1 <sup>243</sup>

- Contenedor y mercancías:



- Con un valor unitario de: \$900 con IVA a exportar por 200 cajas con 20 unidades (esferas navideñas) cada una, da un valor neto de \$180,000, que se manejara a tipo de cambio en dólares por cuestiones de equilibrio de divisas entre México y la Unión Europea, con ganancias de casi el 90%.

# El castillo de la Esfera

# FACTURA

*Una empresa con historia*

Av. Congreso de la Unión  
 Col. Balbuena  
 73300 Chignahuapan, Puebla  
 Teléfono: 7979711295

FACTURA #[300]  
 FECHA: 16- DIC-2017

**FACTURAR A:**

Pedro Pablo Prieto Tapia  
 El castillo de la Esfera  
 Av. Congreso de la Unión  
 Col. Balbuena  
 73300 Chignahuapan, Puebla  
 7979711295

**ENVIAR A:**

Antoni Branko Chalm  
 Art Puerto de Genova  
 Vía Al Molo Giano  
 16128 Genova (GE)  
 39 010 2471325

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO POR UNIDAD	TOTAL
----------	-------------	------------------	-------

<sup>243</sup>Ejemplo tomado grupo Lantel, Direccion URL: <http://www.segurosaduana.com/containmar.htm>, consultado durante el mes de diciembre de 2017.

200	Cajas de 20 piezas E-001 (esferas navideñas de vidrio soplado)	\$900	\$180,000
		<b>SUBTOTAL</b>	\$180,000
		<b>IMPUESTOS</b>	IVA incluido
		<b>MANEJO Y ENVÍO</b>	Marítimo Inconterm FOB
		<b>TOTAL</b>	\$180,000

**Firma:** \_\_\_\_\_ Pedro Pablo Prieto Tapia  
\_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_ 16-dic-2017 \_\_\_\_\_

**COMENTARIOS:**

El producto se enviara a Italia por medio del incoterm FOB y todos los seguros que representa, para garantizar el traslado y la calidad de la mercancía por medio de un contenedor top: 20. Por vía de pago en factura electrónica y trasferencia bancaria electrónica.

**XI.- Recomendaciones finales para el cierre de una negociación y para garantizar una exportación exitosa.**

- ❖ Es necesario conocer las normas y regulaciones que afectan la entrada del producto (artesanías, esferas de vidrio soplado) al mercado italiano y europeo para su exportación. Se recomienda prever la documentación de las mercancías, esferas navideñas, especialmente en lo que se refiere al despacho aduanal y de comercio exterior.
- ❖ De igual manera, es pertinente que el taller de artesanías (esferas de vidrio soplado), micro-empresa o empresa mexicana realice un análisis minucioso de sus fortalezas y debilidades a fin de ubicar su capacidad competitiva respecto del nicho de mercado al que se pretende acceder, al italiano y europeo. Las empresas mexicanas, principalmente las pequeñas y medianas, que incursionan por primera vez en el mercado, de la Unión Europea deben prepararse y estudiar las condiciones del mercado, antes de establecer contacto con los posibles clientes en aquella región.
- ❖ En ocasiones, habrá que considerar la necesidad de adaptar el producto a las exigencias, tendencias o estándares solicitados por el cliente, pues concurrir al mercado europeo exige un conocimiento general del mismo, mantener una buena relación calidad - precio de los productos, entregas a tiempo, y confianza en la relación de negocios. Por lo tanto, permanecer en ese mercado se traduce en competir intensamente.

- ❖ El descuidar cuestiones como la calidad y las reglamentaciones relativas a la salud, seguridad y medio ambiente, restringirá la entrada de los productos al mercado de italiano y europeo.
- ❖ También, un estudio de los competidores contribuirá a identificar con mayor precisión las oportunidades y obstáculos que tendrán las artesanías (esferas navideñas de vidrio soplado) para penetrar en el mercado italiano y europeo.
- ❖ Respecto a los clientes potenciales, es necesario informarse sobre las temporadas de compra y los términos usuales de negociación. No hay que olvidar que Europa es un mercado de compradores.
- ❖ Los empresarios europeos suelen ser abiertos, directos y claros, por lo que la comunicación con ellos debe ser expedita. Es necesario responder a las preguntas de los clientes potenciales y proporcionar información detallada sobre las características de los productos, de las artesanías. En muchos de los casos el comprador europeo dicta los términos de negociación ya que tiene a su alcance un buen número de proveedores alternativos.
- ❖ Para acceder al mercado europeo y poder negociar con clientes europeos, es mejor utilizar un importador/ mayorista o un agente especializado y determinado por los mismos artesanos de la comunidad.
- ❖ Posterior a ello, la mayoría de las veces, se requiere llevar a cabo una reunión para la firma de un contrato, y establecer los parámetros en la forma de trabajo o las condiciones de comercio; por todo esto es importante conocer técnicas de negociación, pero sobre todo, planear la reunión; es decir, tener una agenda del desarrollo de la junta, conocer los límites de lo negociable, establecer objetivos, evaluar la competencia, y estudiar los alcances de la empresa con la que se negocia, (las etapas de este proceso de negociación estarán desglosadas en el Anexo: Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahupan, Puebla a Italia).
- ❖ La factibilidad de cerrar una operación dependerá de que, durante el proceso de negociación, se generen relaciones de confianza y se establezca un término medio entre ambas posiciones. No hay que olvidar que en los viajes de negocios se exige puntualidad y no cancelar citas. En el mismo sentido, documentar los compromisos contribuirá a reducir los riesgos y a resolver las posibles controversias. El seguimiento de los acuerdos establecidos es también importante.
- ❖ Como es natural tanto el exportador como el importador se encuentran inmersos en un ambiente de tensión mientras concretan una negociación y en ocasiones los intereses de uno son incompatibles con los del otro.
- ❖ Por un lado, el exportador espera obtener el mayor precio posible por sus mercancías, pronto pago, en efectivo y de ser posible sobre la base «EX-WORKS». Un punto importante para establecer el precio de exportación es que los productos lleguen al consumidor final entre 3.5 y

5 veces el precio Ex- works México (para mayor información de la construcción del precio revisar el Anexo Final: Planeación estratégica para la exportación de esferas navideñas de Chignahupan a Italia).

- ❖ Por otro lado, el importador italiano desea el menor precio posible, entregado en sus bodegas, al plazo más largo y de preferencia después de haberlas vendido. Una vez que las mercancías importadas han sido vendidas, el importador prepara un reporte desglosado de las ventas. De éstas se deducirán los gastos de maniobras, carga y descarga, almacenamiento, etc.
- ❖ Además, obtener información acerca de la solvencia y capacidad de distribución del cliente italiano potencial ayudará a evitar problemas de cobranza. En general más del 60% de las operaciones de importación que se realizan en la Unión Europea se hacen sobre la base de «cuenta abierta» como forma de pago.
- ❖ Dentro del plan de negocios es muy conveniente determinar cuáles son los mecanismos de promoción más adecuados para atraer a los compradores europeos.
- ❖ Los aspectos relacionados con el financiamiento de las ventas juegan un papel muy importante en la capacidad competitiva de la empresa, por lo que es fundamental revisar cuáles son los programas de apoyo financiero a los que puede acceder la empresa.
- ❖ Para entrar al mercado de la UE se debe diseñar una estrategia de largo plazo. Igualmente, el exportador mexicano debe considerar seriamente participar en ferias y otros eventos de promoción en Europa.
- ❖ Todo esto, con el fin de llegar a un acuerdo que genere beneficios, una exportación exitosa sostenible y en crecimiento.

## Conclusiones

Los artesanos mexicanos actuales enfrentan el dinamismo y la crisis actual del neoliberalismo, donde no se toman en cuenta dentro de un aspecto legal su valor (por terminología jurídica y cultural) como sector económico viable e importante para el desarrollo del país, en una era de globalización. Es vital dejar en claro y recalcar que la historia y la cultura son herramientas clave para entender la conformación del Estado-Nación, desde su conformación, sus fortalezas y debilidades, en aspectos tanto económicos, sociales y políticos, para lograr un desarrollo sólido.

Uno de sus elementos culturales más representativos de los mexicanos son las artesanías, que le dan identidad al pueblo, a la nación; sin embargo, los avances científicos y tecnológicos que se generan hacen que el mundo esté en un constante dinamismo y este sector se vea un tanto marginado.

Una de las afectaciones por no contar con una política de comercio exterior viable es el uso indebido de patentes, productos apócrifos y el comercio informal. Ambos casos crean serios problemas para quienes son propietarios de esos derechos (afectando y lesionando sus intereses), por quienes los explotan indebidamente (sin tener derecho hacerlo); y más, si no están legalmente protegidos por escrito, como el caso del sector de artesanías en México.

Con ello el mercado de artesanías mexicano se ha visto afectado severamente tanto en la forma de producción artesanal a nivel nacional como su proyección internacional. Las constantes innovaciones y la liberalización del mercado nacional, han provocado que se busquen nuevas alternativas de protección dentro de la comercialización de artesanías.

Otra preocupación es la forma en cómo se comercializa el sector de artesanías - principalmente el mercado de artesanías mexicano -a nivel internacional-. El severo ritmo con el que se van presentado nuevas modificaciones en la comercialización de artesanías mexicanas, vuelven obsoletos las existentes dinámicas del comercio exterior de México; ya que, no va a la par, con las necesidades que demanda el mercado mundial.

Es decir, el Derecho Internacional y en específico la Legislación de Comercio Exterior de México, no va de la mano con el avance científico y tecnológico que demanda la época moderna, la globalización y la liberalización del mercado, por las constantes innovaciones.

Por ende, la necesidad de que se busquen regiones de comercialización del sector de artesanías con virtudes y semejanzas en común, como la exportación de esferas navideñas de vidrio soplado de Chignahuapan, Puebla a Italia, Europa.

Chignahuapan es un municipio ubicado en la Sierra Norte, en Puebla. Esta región ha ganado importancia por la fabricación de aproximadamente setenta millones anuales de esferas de vidrio soplado a mano con diversas técnicas, logrando la exportación de este producto principalmente a Estados Unidos, Centroamérica y Sudamérica, respaldándose de los tratados de libre comercio.

Su forma de producción se realiza en más de 400 talleres y con mano de obra de aproximadamente tres mil artesanos, por lo tanto, esta región se considera el mayor productor artesanal de esfera navideña, donde todo el año se elabora este producto.<sup>244</sup>

Para llegar a ser la región de origen de producción, cómo Chignahuapan, se cuenta con una historia detrás, y ello le da identidad, tanto a esa región cómo al país. En esto caso comienza desde la herencia de la colonización y la independencia; etapas que marcaron el comienzo de la expansión del mercado de artesanías mexicanas.

Actualmente, el enfoque con que se ha visto al mercado de artesanías nacional como un mini taller capitalista familiar, un mercado temporal, una industria en serie o turística, sin llegar a desarrollarse plenamente como empresa, no permite una sólida demanda y oferta al exterior (partiendo del ejemplo del caso de las artesanías de Chianaghuapan), tristemente solo se percibe como un sector marginado.

Es fundamental analizar cómo este mercado nacional de artesanías de esferas de vidrio soplado de la región de Chinaghuapan, podría adaptarse y diversificarse según las necesidades que demanda el mercado mundial. Esta región ha buscado comercializar sus productos con la Unión Europea, valiéndose del acuerdo de libre comercio (TLCUEM). Así también, cómo adaptarse, buscando estrategias a través de un aspecto de intercambio cultural e histórico, por medio, de las celebraciones navideñas o exposiciones culturales, para lograr aumentar la exportación de este producto principalmente a Italia.

Es de suma importancia que el mercado de artesanías tenga un gran crecimiento a nivel mundial, ya que contraería bastantes beneficios al desarrollo económico del país. Y que a los artesanos se les ayude a diversificar su producción al exterior con países de costumbres y tradiciones similares, para dar un mayor impulso y desarrollo a este sector, a través de un plan estratégico viable.

---

<sup>244</sup>Urbeconómica, “*Esferas en Chignahuapan, Pueblo Mágico*”, Dirección URL:

[http://urbeconomica.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico](http://urbeconomica.com/index.php?option=com_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico), [consultado durante el año 2016-2017].

Para lograr estos objetivos es sustancial conocer como está conformado el Estado-Nación o región a analizar, en cuestiones: geográficas, históricas, culturales, sociales, económicas (la integración de su comercio exterior) y políticas (leyes y normativa del comercio exterior) en este caso México, Chignahuapan e Italia, su relación entre ellos, que se estudiaron a lo largo de la presente investigación.

Puebla es uno de los territorios mexicanos más ricos en cultura y folklore. Gracias a ello y a la conservación de sus tradiciones, así como a las costumbres y el valor de su historia, es que cinco de los pueblos de Puebla son reconocidos como Pueblos Mágicos, los cuales han tenido un gran crecimiento económico por defender su producción nacional y artesanal.

Entre ellos, se encuentra Chignahuapan, pueblo artesanal que se ha sabido adaptar a los cambios que demanda el comercio mundial y que se sirve de los tratados de libre comercio internacionales. Penetrando la comercialización de esferas navideñas de vidrio soplado y gustos similares a Italia con miras a expandir el mercado por todo Europa.

Para México es muy importante impulsar su mercado interno e Italia puede ser un gran socio comercial con características similares en: geografía, historia, cultura y cuestiones sociales con una fuerte experiencia en las relaciones internacionales, de economía y de desarrollo comercial, de acuerdo a las necesidades que de manda el mercado por el nuevo orden económico que desmembró la liberación del mercado.

Este sector de artesanías es un antecedente de la revolución industrial y herencia de un proceso de organización comercial y social para México desde tiempos remotos, la conquista y la independencia. Es un mercado que sea adaptado a cualquier cambio en los diferentes sistemas económicos; y en este mundo globalizado no sobrevive el más desarrollado tecnológicamente o industrializado si no el que más sabe adaptarse. Y el que más sabe que la unión hace la fuerza: unir la cultura, la identidad con el desarrollo de una forma adecuada da un crecimiento sólido, sostenible y sustentable.

Hoy en día el mundo está sufriendo escasez y contaminación, consecuencia de un capitalismo agresivo en su forma de producción desmedida, sin control, sin preocupación por el medio ambiente, el hábitat, la cultura y la identidad; y la mejor manera de hacer crecer el mercado no es acabando con la materia prima mediante sistemas tecnológicos avanzados tan agresivos, sino buscando alternativas sustentables con capacidad de un consumo sostenible y desarrollo económico factible.

Y lo que dará la oportunidad de ello, es la valoración del mercado nacional con proyección internacional. Lo más representativo son las medidas y adaptaciones que ha tenido el mercado de artesanías mexicano a nivel mundial de forma autónoma e independiente sirviéndose de las relaciones internacionales y el comercio exterior.



## Anexo. - Normativa de comercio exterior y documentos para la exportación de esferas navideñas de Chignahuapan, Puebla a Italia



**Ilustración 1. Producción de Esfera Navideña de vidrio soplado.** \*Fotos tomadas en práctica de campo diciembre de 2016 a Chignahuapan, Puebla.

A continuación se dan algunas recomendaciones de como crear una empresa para ser formalmente un exportador:

### ¿Cómo crear una empresa?

Es necesario ser una persona física o moral con actividad empresarial para importar o exportar; ante ello, de manera muy breve, se retoma una serie de pasos para crear una empresa:

*-Una vez tengamos la idea del negocio que vamos a montar, debemos crear un plan de empresa, que nos servirá para estudiar y planificar la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto a poner en funcionamiento. Es muy importante tener un buen plan de empresa a la hora de buscar inversores, pedir préstamos y/o créditos.*

*-Ya teniendo el plan de empresa confeccionado y la financiación para sacar adelante la empresa, se tiene que comenzar con los trámites legales para su creación.*

*-A la hora de realizar estos trámites se debe tener claro la forma jurídica bajo la que constituiremos nuestra empresa; ya sea, por una sociedad mercantil (persona moral) o bien persona física.*

*-Ver el financiamiento con que se cuenta y posteriormente inscribir la empresa en alguna oficina pública de registro mercantil, presentando dicha escritura.*

*-A partir de aquí, el proceso para la creación de una empresa es el mismo independientemente del régimen jurídico elegido.*

*-Una vez realizados estos trámites se tiene que acudir a alguna oficina de la Agencia Tributaria para darse de alta en Hacienda, donde se explicarán las obligaciones fiscales que deben cumplir a partir de ese momento.*

*-El siguiente paso para la creación de una empresa será acudir al ayuntamiento de la localidad donde se realizará o bien en la sede fiscal de la empresa, para conseguir el impuesto de actividades económicas (IAE), que se debe pagar de forma anual.*

*-Cumplidos todos los anteriores requisitos se debe acudir a la tesorería general de la seguridad social para dar de alta a los trabajadores que vayan a desarrollar la actividad de la empresa."*

Cuadro I.- ¿Cómo crear una empresa? \*Con datos obtenidos de Blázquez Fernando, "Cómo Crear una empresa", Dirección URL: <http://www.comohacer.org/negocios/empresa/como-crear-empresa-a3.asp>, [consultado durante el periodo del año de 2016-2017].

A estos pasos es posible que haya que añadirle algún nuevo trámite, debido a los cambios que puedan producirse. Y por último leer con cuidado el último apartado de esta guía, donde se presenta el registro de marcas y patentes, que órgano lo regula por si se necesita de ello. Posteriormente es necesario identificar las características esenciales de nuestro producto a exportar, que en este caso es: artesanías mexicanas, en específico, esferas navideñas de vidrio soplado de los talleres de Chignahuapan, Puebla, del cual, su descripción se dio ampliamente en el subcapítulo 2.2 y 3.2.

Otro punto importante es saber las características del producto en este caso las artesanías, las esferas navideñas de vidrio soplado para poder comenzar una exportación:



**Ilustración 2. Esferas navideñas de vidrio soplado, Chignahuapan, Puebla.** \*Foto tomada en práctica de campo diciembre de 2016 a Chignahuapan, Puebla.

**Naturaleza:** Vidrio Soplado

**Origen:** Talleres de la Región de Chignahuapan, Puebla

**Uso:** Artesanía, decoración, regalo o souvenir

**Clasificación Arancelaria:** 70.02.39.00<sup>245</sup>

**Nombre genérico:** Esfera de Vidrio Soplado

**Nombre:** Esfera Navideña

**I.-Para poder exportar en primera instancia es necesario conocer el Marco Jurídico que regula las operaciones de**

**Comercio Exterior.** La legislación de comercio exterior es el conjunto de ordenamientos jurídicos que regulan las relaciones necesarias entre los órganos públicos pertenecientes a diferentes Estados y de éstos, para con los particulares que realizan actos de exportación:

#### **✚ Ley del Artículo 131 Constitucional en Materia de Comercio Exterior**

El artículo 131 de la Constitución Política es la columna vertebral de toda la legislación del comercio exterior, porque a través de dicho precepto se pone de manifiesto la enorme participación que tiene el Poder Ejecutivo en materia de comercio exterior. Expresa que el Ejecutivo puede ser facultado por el Poder Legislativo (facultades extraordinarias) para: aumentar, disminuir o suprimir las cuotas de las tarifas de importación o exportación expedidas por el propio Congreso, así como para crear otras.

También puede recibir facultades para restringir y prohibir las importaciones, exportaciones y el tránsito de productos, cuando dicho poder lo estime urgente, con el propósito de regular el comercio exterior, la economía del país, la estabilidad de la producción nacional o bien, de realizar cualquier otro propósito en beneficio de la nación.

---

<sup>245</sup>Sitio web oficial de la Cámara de Comercio, Dirección URL: <http://www.camaras.org/comext/htdocs/listado.php?parent=7002>, [consultado durante el año de 2016-2017].

### **Ley sobre la Celebración de Tratados**

La presente Ley tiene por objeto regular la celebración de tratados y acuerdos interinstitucionales en el ámbito internacional. Los tratados sólo podrán ser celebrados entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y uno o varios sujetos de derecho internacional público. Los acuerdos interinstitucionales sólo podrán ser celebrados entre una dependencia u organismos descentralizados de la Administración Pública Federal, Estatal o Municipal y uno o varios órganos gubernamentales extranjeros u organizaciones internacionales.<sup>246</sup> En este aspecto, la exportación de esferas navideñas a Italia, tienen respaldo en esta ley, ya que, México cuenta con un tratado de libre Comercio con la UE.

### **Ley Aduanera y su Reglamento**

Conforme al artículo 1º de esta Ley y las demás leyes y ordenamientos aplicables, “regulan la entrada al territorio nacional y la salida del mismo de mercancías y de los medios en que se transportan o conducen, el despacho aduanero y los hechos o actos que deriven de éste o de dicha entrada o salida de mercancías. Es decir, esta ley respaldará y regula cualquier acto en una Aduana y conforme al artículo 36 se apartarán todos estos hechos, así como todos los requisitos y documentos ya mencionados para la exportación esferas navideñas a Italia.

### **Ley de Comercio Exterior y su Reglamento**

El comercio exterior significa para México una fuente importante de recursos económicos, empleos y adquisición de mejores niveles de vida para los mexicanos. Es por ello que el gobierno ha venido intensificando de manera muy importante su participación en esta materia. La legislación del comercio exterior tiene como objetivos:

- a) Regular y promover el comercio exterior.
- b) Incrementar la competitividad de la economía nación.
- c) Propiciar el uso eficaz de los recursos productivos del país.
- d) Integrar adecuadamente la economía mexicana con la internacional.
- e) Contribuir a la elevación del bienestar de la población.<sup>247</sup>

El comercio exterior del país se encuentra sujeto a normas jurídicas que al mismo tiempo que lo regulan, tratan de llevar a cabo su promoción. Para ello, existen en los ordenamientos legales una serie de preceptos que tienen por objeto dictar medidas importantes de regulación, como son las de

---

<sup>246</sup>SRE, marco normativo, Dirección URL: [www.sre.gob.mx/images/stories/marconormativodoc/ley03.pdf](http://www.sre.gob.mx/images/stories/marconormativodoc/ley03.pdf), [consultado durante el año de 2016].

<sup>247</sup>Curso administrativo, comercio exterior, Dirección URL: <http://cursoadministracion1.blogspot.mx/2008/07/comercio-exterior.htm>, [consultado durante el año de 2016].

tipo arancelario, y otras medidas no arancelarias que son impuestas por razones económicas, de protección a la planta industrial, de salud o de seguridad nacional, entre las más importantes.<sup>248</sup>

### **Ley del Impuesto General a la importación y a la exportación**

Conforme a esta ley, los Impuestos Generales de Exportación se respaldarán y/o causarán, según corresponda, de conformidad con las características del producto en este caso las artesanías, esferas navideñas de vidrio soplado y su clasificación arancelaria, en la que prevé que no existe ninguna restricción arancelaria.

#### **II.-Es necesario conocer las Leyes auxiliares para la regulación del comercio exterior:**

### **Ley del Impuesto al Valor Agregado**

Conforme a esta ley, están obligadas al pago del impuesto al valor agregado establecido en esta Ley, las personas físicas y las morales que, en territorio nacional, realicen los actos o actividades siguientes:

- I.- Enajenen bienes.
- II.- Presten servicios independientes.
- III.- Otorguen el uso o goce temporal de bienes.
- IV.- Importen bienes o servicios.

El impuesto se calculará aplicando a los valores que señala esta Ley, la tasa del 16%. El impuesto al valor agregado en ningún caso se considerará que forma parte de dichos valores. El contribuyente trasladará dicho impuesto, en forma expresa y por separado, a las personas que adquieran los bienes, los usen o gocen temporalmente, o reciban los servicios.

El contribuyente pagará en las oficinas autorizadas la diferencia entre el impuesto a su cargo y el que le hubieran trasladado o el que él hubiese pagado en la importación de bienes o servicios, siempre que sean acreditables en los términos de esta Ley. En su caso, el contribuyente disminuirá del impuesto a su cargo, el impuesto que se le hubiere retenido. El traslado del impuesto a que se refiere este artículo no se considerará violatorio de precios o tarifas, incluyendo los oficiales. En el caso de las artesanías esferas de vidrio soplado se pagará el 16% de IVA a su ingreso a Europa, a Italia.

### **Ley del Impuesto sobre la Renta**

Esta ley postula que tanto las personas físicas como morales, están obligadas al pago del impuesto sobre la renta en los siguientes casos: Los residentes en México, respecto de todos sus ingresos cualquiera que sea la ubicación de la fuente de riqueza de donde procedan o cuando efectúen una exportación, en este caso con el solo hecho de efectuar la comercialización de esferas navideñas a Italia.

---

<sup>248</sup>*Ibidem.*, curso administrativo, Dirección URL: <http://cursoadministracion1.blogspot.mx/2008/07/comercio-exterior.html>, [consultado durante el año de 2016].

### **Código de Comercio**

Conforme al Artículo 1º de esta ley otorga que los actos comerciales sólo se registrarán por lo dispuesto en este Código y las demás leyes mercantiles aplicables (ya mencionadas), a la par del artículo 39 de la ley Aduanera.

### **Código Fiscal de la Federación**

Esta ley postula que tanto personas físicas como morales, están obligadas a contribuir para los gastos públicos conforme a las leyes fiscales respectivas. Las disposiciones de este Código se aplicarán en su defecto y sin perjuicio de lo dispuesto por los tratados internacionales de los que México sea parte. Sólo mediante la Ley podrá destinarse una contribución a un gasto público específico; es decir, se obliga a pagar contribuciones únicamente cuando las leyes lo señalen expresamente. Estas contribuciones se clasifican en impuestos, aportaciones de seguridad social, contribuciones de mejoras y derechos, los cuales están garantizando las contribuciones de la exportación y a la par de las dos leyes mencionadas anteriormente (*a priori*).

### **Ley Federal de Derechos**

Los derechos que establece esta Ley, se pagarán por el uso o aprovechamiento de los bienes del dominio público de la Nación (en este caso las artesanías, esferas navideñas), así como por recibir servicios que presta el Estado en sus funciones de derecho público (en este caso del agente aduanal, del transportista o del despacho aduanal, entre otros), excepto cuando se presten por organismos descentralizados u órganos desconcentrados y en este último caso, cuando se trate de contraprestaciones que no se encuentren previstas en esta Ley.

Los derechos por la prestación de servicios que establece esta Ley deberán estar relacionados con el costo total del servicio, incluso el financiero, salvo en el caso de dichos cobros tengan un carácter racionalizador del servicio (manifestados en la factura comercial, pedimento y/o conocimiento de embarque). Cuando se concesione o autorice que la prestación de un servicio que grava esta Ley, se proporcione total o parcialmente por los particulares, deberán disminuirse el cobro del derecho que se establece por el mismo en la proporción que represente el servicio concesionado o prestado por un particular respecto del servicio total.

### **Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente**

La presente Ley es reglamentaria de las disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que se refieren a la preservación y restauración del equilibrio ecológico, así como a la protección al ambiente, en el territorio nacional y las zonas sobre las que la nación ejerce su soberanía y jurisdicción. Sus disposiciones son de orden público e interés social y tienen por objeto propiciar el desarrollo sustentable. En todo lo no previsto en la presente Ley, se aplicarán las disposiciones contenidas en otras leyes relacionadas con las materias que regula este ordenamiento, como la ley de

sanidad que se debe cubrir con un certificado de libre venta en el caso de exportación esferas navideñas a Italia, para avalar que su producción es de una forma sustentable.

### **Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios**

Están obligadas al pago del impuesto establecido en esta Ley, las personas físicas y las morales que realicen los actos o actividades siguientes:

I. La enajenación en territorio nacional o, en su caso, la importación, definitiva, de los bienes señalados en esta Ley.

II. La prestación de los servicios señalados en esta Ley.

**III.-Para someter a las formalidades del despacho aduanero nacional la mercancía para su exportación se debe contar con los siguientes documentos básicos:** (los cuales, son primordiales para efectuar cualquier caso de operación de exportación, como en el caso de la exportación de esferas navideñas de vidrio soplado, de Chignahuapan a Italia, así que, es de suma importancia que estos documentos se obtengan bajo el marco jurídico que regula el Comercio Exterior en México).

### **Registro Federal de Contribuyentes (RFC)**

Es necesario contar con el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) con homoclave e información del domicilio fiscal de la empresa o de la persona que efectuara la exportación. El RFC es una clave que se usa en México para distinguir a cada persona moral o física sujeta a pagar impuestos (denominados contribuyentes) ante la Secretaría de Hacienda.

Para inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) es necesario iniciar el trámite por medio de un pre registro a través de internet<sup>249</sup> en la siguiente página de internet, en línea: [https://portalsat.plataforma.sat.gob.mx/psp/psatpp/CUSTOMER/CUST/h/?tab=PAPP\\_GUEST](https://portalsat.plataforma.sat.gob.mx/psp/psatpp/CUSTOMER/CUST/h/?tab=PAPP_GUEST) y concluirlo en cualquier Administración Local de Servicios al Contribuyente dentro de los diez días siguientes al envío de la solicitud. Para acudir a la Administración Local se recomienda concertar una cita (a través de la misma página). Al acudir a la instancia es necesario llevar los siguientes documentos en original:

- Acta de nacimiento o constancia de la CURP. Tratándose de personas morales en lugar del acta de nacimiento deberán presentar copia certificada del documento constitutivo debidamente protocolizado.
- Comprobante de domicilio.
- Identificación personal.
- Número de folio asignado que se le proporcionó al realizar el envío de su preinscripción.

---

<sup>249</sup>Datos tomados del sitio oficial del SAT, Dirección URL: [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/21\\_12672.html](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/21_12672.html), [consultado durante el año de 2016-2017].

En su caso, copia certificada del poder notarial con el que acredite la personalidad del representante legal, o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales, ante un notario o fedatario público. Al finalizar el trámite de inscripción se entregan los siguientes documentos:

- ✓ Copia de la solicitud de inscripción
- ✓ Cédula de Identificación Fiscal o Constancia de Registro
- ✓ Guía de Obligaciones
- ✓ Acuse de Inscripción al RFC.<sup>250</sup>



“La Firma Electrónica Avanzada "FIEL" es indispensable al ejecutar una exportación; ya que, es un conjunto de datos que se adjuntan a un mensaje electrónico, cuyo propósito es identificar al emisor del mensaje como autor legítimo de éste, tal y como si se tratara de una firma autógrafa<sup>251</sup>, lo cual, agiliza los trámites en ventanilla única o al hacer cualquier pago transición a los contribuyentes. Para realizar este trámite debe acudir a cualquiera de los Módulos de Servicios Tributarios del país.

Por sus características, la Fiel brinda seguridad a las transacciones electrónicas de los contribuyentes, es decir, con su uso se puede identificar al autor del mensaje y verificar que no haya sido modificado”.<sup>252</sup> Para contar con la Firma Electrónica Avanzada se necesita cubrir los siguientes requisitos:

- Estar inscritos en el Registro Federal de Contribuyentes con alguna obligación fiscal.
- Contar con la Clave Única de Registro de Población (CURP).

Y se deberá presentar:

- Dispositivo magnético (Disco magnético de 3 ½, CD o USB), que contenga el Archivo de requerimiento (extensión REQ) el cual es generado junto con la llave privada (extensión KEY) a través de la aplicación SOLCEDI. Descargar programa y manual de usuario vía electrónica, en el siguiente link: [http://portal.funcionpublica.gob.mx:8080/wb3/wb/SFP/fiel\\_requisitos](http://portal.funcionpublica.gob.mx:8080/wb3/wb/SFP/fiel_requisitos).
- Formato impreso y con información completa de la solicitud de certificado de Firma Electrónica Avanzada. Este documento se entrega por duplicado (Las hojas 1 y 2 impresas en una sola hoja).

---

<sup>250</sup> *Op. cit.*, SAT, Dirección URL: [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/21\\_12672.html](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/21_12672.html), [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>251</sup> *Ibidem.*, SAT, Dirección URL: [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/21\\_12672.html](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/21_12672.html), [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>252</sup> *Ibid.*, SAT, Dirección URL: [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/21\\_12672.html](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/21_12672.html), [consultado durante el año de 2016-2017].

- Original o copia certificada del acta de nacimiento, carta de naturalización o documento migratorio vigente.
- Original o copia certificada de la identificación oficial\_(credencial para votar, pasaporte, cédula profesional, cartilla del servicio militar ó credencial emitida por los gobiernos federal, estatal o municipal que cuente con la fotografía, firma y CURP del titular).<sup>253</sup>

### **Carta de Encomienda**

Conforme al Artículo 19 del Código Fiscal de la Federación para que el Agente Aduanal (A.A) realice el despacho de las mercancías requiere que el exportador de las mercancías le extienda una Carta de Encomienda; en la cual, bajo protesta de decir verdad, lo encomienda para que efectué el despacho aduanero y los trámites relacionados con el mismo a su nombre.<sup>254</sup>

Así mismo manifiesta que es responsabilidad del exportador, los datos correspondientes a cantidad descripción, composición y valor de toda(s) la(s) mercancías que le encomienda al A.A para su despacho aduanero; así como el pago en su totalidad de los importes que se generen por concepto de impuestos y honorarios. Cabe destacar que esta Carta puede tener vigencia específica ó indefinida.

A continuación de un posible ejemplo de cómo realizar una Carta de Encomienda, en el caso de exportación de artesanías (esferas navideñas) de Puebla a Italia:

HOJA MEMBRETADA DE LA EMPRESA

#### **CARTA DE ENCOMIENDA AL AGENTE ADUANAL**

(Nombre de Aduana: Puerto de Morelos)

a \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 2017

Servicio de Administración Tributaria

Administración General de Aduanas

Administración de Contabilidad y Glosa

Padrón de Importadores.

ATN: C. ADMINISTRADOR GENERAL DE ADUANAS

PRESENTE. - (Nombre del Representante:....) en mi carácter de Representante Legal (acreditado conforme al artículo 19 del Código de la Federación mediante escritura pública (Folio de Acta: 122 )

<sup>253</sup>Infamación de Módulos de Servicios Tributarios donde se puede realizar el trámite: en México, el horario de atención para el trámite de Fiel será de 8:30 a 14:30 y de 16:00 a 16:50 horas. De 8:30 a 14:30 horas y de 16:00 a 16:50 horas se atenderán a los contribuyentes con y sin cita. El inicio de la recepción de contribuyentes con cita será a las 08:30 horas y concluirá a las 14:20 horas, reiniciando servicio a las 16:00 horas y concluyendo a las 16:50 horas. El inicio de la recepción de contribuyentes sin cita será a las 08:30 horas y concluirá a las 14:30 horas, reiniciando servicio a las 16:00 horas y concluyendo a las 16:50 horas." *Ibidem.*, SAT, Dirección URL: [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/21\\_12672.html](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/21_12672.html), [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>254</sup> BACOMEXT, Guía básica del exportador, doceava edición, AVA, México, 2005.



de fecha DD/MM/AA: otorgada ante la fe del C.(nombre de notario:....) Notario Público Número (Numero:8) de la ciudad de (Ciudad): México) de la empresa () con R.F.C. XXX-000000-XX0: OMIJ055669I0PM y con domicilio fiscal para oír y recibir notificaciones ubicado en (Domicilio fiscal de la empresa:), por medio del presenté declaro bajo protesta de decir verdad:

De conformidad con lo establecido en los artículos 36, 40, 41, 54, la fracción III del Artículo 59 y artículos 66 y 67 de la Ley Aduanera en vigor, así como los artículos 18, 19 y 102 del Código Fiscal de la Federación que encomiendo a el (los) agente(s) aduanal(es) (Nombre completo del agente Aduanal:...) Patente 0011, para que en su carácter de Agente Aduanal efectúen el despacho aduanero así como los trámites relacionados con el mismo de las mercancías de comercio exterior a nombre de mi representada.

La presente encomienda estará vigente por (...). Así mismo manifiesto que es responsabilidad de mi representada, los datos correspondientes a cantidad descripción, composición y valor de toda(s) la(s) mercancías que le encomiendo para su despacho aduanero; así como el pago en su totalidad de los importes que se generen por concepto de impuestos y honorarios.

ATENTAMENTE

(FIRMA AUTOGRAFA DEL REPRESENTANTE LEGAL)  
(R.F.C. DEL REPRESENTANTE LEGAL.)<sup>255</sup>

### **Seguro**

Al efectuar una exportación es de suma importancia que se respalde o garantice que no habrá pérdidas, por medio de asegurar la transportación de la mercancía a su destino. El seguro se constituye de una serie de coberturas que tienen como objetivo resarcir al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran las mercancías objeto de transporte por cualquier medio (ya sea, marítimo, aéreo o terrestre); así como, la combinación de éstos o los tiempos de espera. Los riesgos a cubrir y la magnitud de los mismos será una cuestión a decidir y acordar del exportador y del transportista.<sup>256</sup>

Por ejemplo, en cuestiones del seguro de transporte de carga, “durante el tránsito de los bienes, se pueden cubrir los riesgos por pérdida total o parcial y por daños materiales sufridos a causa de

---

<sup>255</sup>El ejemplo de cómo realizar la carta de encomienda al agente aduanal, fue tomada textualmente de Carlos Cruz, “Básicos, Carta Encomienda”, Aduana en México y el mundo, Dirección URL: <http://aduaenmexico.wordpress.com/2011/03/16/basicos-la-carta-de-encomienda/>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>256</sup>SE, “Exportación - Trámites de la exportación y documentos principales”, Dirección URL: <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=34>, [consultado durante el año de 2016-2017].

algunos de los siguientes siniestros: incendio, explosión, hundimiento, colisión, caída de aviones, volcaduras y descarrilamiento.

Si el cliente lo solicita de manera expresa, la cobertura puede ampliarse a otros riesgos, como robo por bulto (total o parcial), contacto con otras cargas, manchas, roturas, derrame, oxidación y mojadura de agua, ya sea dulce o de mar. Para cubrir riesgos especiales, las empresas aseguradoras realizan un análisis previo por convenio expreso. Tales riesgos son: huelgas y alborotos populares, guerra, robo con violencia o asalto a mano armada, desviación o cambio de ruta, transbordo u otra variación en la ruta, así como almacenaje en exceso durante su tránsito.

Las coberturas de los seguros no incluyen los siguientes aspectos: violación a cualquier ley o reglamento; demora; pérdida de mercado; dolo o culpa grave del asegurado; robo en el que intervenga directa o indirectamente un enviado, empleado o dependiente del asegurado; falta de peso por evaporación o pérdida de humedad, así como derrames por envase o embalaje deficientes.

Los seguros tienen vigencia desde el momento en que los bienes quedan a cargo del porteador para su transporte. La vigencia continúa durante el curso normal de su viaje y termina con la descarga de los bienes en su destino final, en cuyo caso la protección es por el viaje completo. Cuando se solicita sólo por el recorrido desde el puerto marítimo o aduana terrestre de entrada al país hasta el punto de su destino final, se considera como seguro intermedio o parcial.

Suma máxima de responsabilidad debe corresponder al total del valor de factura, más fletes, derechos o impuestos de importación y todos los gastos propios de la transacción comercial internacional. En caso de siniestro, se debe enviar un escrito de reclamación dentro del plazo establecido en la póliza, adjuntando lo siguiente:

- Copia certificada de la protesta del capitán del buque (vía marítima).
- Certificado de daños.
- Factura y documentos probatorios de los gastos en que se incurrió con motivo del transporte (maniobras, etc.).
- Copia del conocimiento de embarque.
- Copia de la reclamación de los porteadores.

Los seguros se pueden contratar para un viaje específico, pero también es posible adquirir una póliza anual<sup>257</sup>, así salvaguardando la mercancía sin preocupaciones de pérdida alguna. Con base a ello, la mercancía se asegura hasta el puerto denominado, en este caso: Puerto Morelos, hasta que la mercancía ya este abordo, por medio de: una 'póliza flotante' y un ICOTERM FOB en caso de las artesanías esferas de vidrio soplado a Italia.

### **Certificado de Calidad**

---

<sup>257</sup>Datos obtenidos textualmente de BACOMEXT, Guía básica del exportador, doceava edición, AVA, México, 2005.

Para contar con todos los requisitos de certificado de calidad en este caso de esferas de vidrio soplado que nos pide tanto México para que esta mercancía salga del país como el país destino en este caso Italia, al efectuar la exportación, se recomienda contratar una empresa certificada, a fin de verificar el cumplimiento de las especificaciones pactadas. Esta empresa certificadora se encargará de realizar tanto la inspección de la salida de las esferas navideñas de Puebla como el monitoreo de su entrada a Italia. Y las ventajas de estas empresas son que:

- Cuentan con una red internacional de expertos en diferentes temas técnicos, la cual abarca la mayoría de los puertos y centros industriales del mundo.
- Cuentan con reconocimiento oficial para ciertos actos en la mayoría de los países; además, tienen la representación de gobiernos o entidades de corte internacional.
- Brindan una extensa gama de servicios en comercio exterior, entre los que se encuentran entre otras, la supervisión de:
  - calidad, cantidad y peso;
  - embarque, estiba o descarga;
  - temperaturas;
  - fumigaciones;
  - cantidad de cargas y descargas en buques e inspección previa para asegurar su limpieza;
  - inspección de embalaje;
  - inspección y evaluación de productos conforme a normas internacionales.<sup>258</sup>

### **Carta de instrucciones**

Cuando se firma un título valor en blanco, que en nuestras relaciones comerciales diarias es muy común, se debe hacer una carta de instrucciones, que es el documento que orienta al tenedor del título, cuando este deba llenarlo, la mencionada carta de instrucciones debe ser realizada por el suscriptor del título en blanco, según lo establecido por el código de comercio en su artículo 622.<sup>259</sup> Indicaciones que se deben tomar en cuenta en la realización de una Carta de Instrucciones:

- Se faculta al tenedor legítimo para que llene los espacios en blanco, pero conforme a lo establecido en las instrucciones dadas por el suscriptor, con la carta de instrucciones se evita que el tenedor del título pueda llenarlo con una cantidad diferente a la que realmente es.
- Según lo establecido en el artículo 622 para que un título valor pueda hacerse valer una vez llenado, contra los que han intervenido en el antes de ser completado, este debió ser llenado de acuerdo con la carta de instrucciones, pues si no se llenó de acuerdo con dichas

---

<sup>258</sup> *Ibidem.*, BACOMEXT, 2005.

<sup>259</sup> *Op. cit.*, Gerencie, Dirección URL; <http://www.gerencie.com/importancia-de-la-carta-de-instrucciones-hecha-por-el-suscriptor-de-un-titulo-valor-en-blanco.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].

instrucciones el suscriptor del título puede oponer la excepción de ausencia o violación de las instrucciones.

- La excepción de ausencia o violación de las instrucciones está llamada a prosperar en contra de las personas que intervinieron en el título antes de ser completado, cosa que no pasa cuando el título ha sido negociado después de llenado, será válido y efectivo a favor de tenedor de buena fe exento de culpa.
- El tenedor de buena fe puede hacer valer el título como si este hubiese sido llenado de acuerdo con la carta de instrucciones, así lo establece el último inciso del artículo 622 del código de comercio el cual establece lo siguiente: “Si un título de esta clase es negociado, después de llenado, a favor de un tenedor de buena fe exenta de culpa, será válido y efectivo para dicho tenedor y éste podrá hacerlo valer como si se hubiera llenado de acuerdo con las autorizaciones dadas.”<sup>260</sup>

El título en blanco se presenta para el cobro, pero debe ser llenado obligatoriamente con las instrucciones hechas para ello; por ende, la importancia de la realización y presentación de esta Carta de Instrucciones ante el Agente Aduanal. La siguiente carta de instrucciones es un posible ejemplo para la exportación de esferas navideñas de vidrio soplado:

### **CARTA DE INSTRUCCIONES**

(Nombre de Aduana: Puerto de Morelos)

a \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 2015

Servicio de Administración Tributaria

Administración General de Aduanas

Administración de Contabilidad y Glosa

Padrón de Importadores.

ATN: C. ADMINISTRADOR GENERAL DE ADUANAS

PRESENTE.-(Nombre del Representante:) en mi carácter de Representante Legal (acreditado conforme al artículo 19 del Código de la Federación mediante escritura pública (Folio de Acta:.....) de fecha DD:/MM:/AA: otorgada ante la fe del C.(nombre de notario:) Notario Público, (Numero) de la ciudad de (Ciudad): México) de la empresa (...) con R.F.C. OMIJ055669IOPM y con domicilio fiscal para oír y recibir notificaciones ubicado en (Puebla), por medio del presenté declaro bajo protesta de decir verdad:

De conformidad con lo establecido en los artículos 36, 40, 41, 54, la fracción III del Artículo 59 y artículos 66 y 67 de la Ley Aduanera en vigor, así como los artículos 18, 19 y 102 del Código Fiscal de

---

<sup>260</sup>*Ibidem.*, Gerencie, Dirección URL: <http://www.gerencie.com/importancia-de-la-carta-de-instrucciones-hecha-por-el-suscriptor-de-un-titulo-valor-en-blanco.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].

la Federación que encomiendo a el (los) agente(s) aduanal(es) (Nombre completo del agente Aduanal:) Patente 0011, para que en su carácter de Agente Aduanal efectúen el despacho aduanero así como los trámites relacionados con el mismo de las mercancías de comercio exterior a nombre de mi representada.

Así mismo manifiesto que es responsabilidad de mi representada, los datos correspondientes a cantidad descripción, composición y valor de toda(s) la(s) mercancías que le encomiendo para su despacho aduanero; así como el pago en su totalidad de los importes que se generen por concepto de impuestos y honorarios, por ende la mercancía deberá estar garantizada con un seguro, de los cuales deben depositarse vía cheque al pago del contenedor por INCOTERM FOB y la logística del transporte marítimo del puerto de Lázaro Cárdenas al puerto del Vaticano en Italia, con la capacidad de trasladar los siguiente esferas de vidrio soplado.

(FIRMA AUTOGRAFA DEL REPRESENTANTE LEGAL)

(R.F.C. DEL REPRESENTANTE LEGAL.)<sup>261</sup>

#### **Conocimiento Aéreo, Marítimo o Talón Terrestre**

El “conocimiento de embarque”, es el documento emitido por la compañía de transporte internacional que prueba que: la mercadería ha sido recibida embarcada en un determinado medio de transporte o que ha sido recibida para su embarque posterior; es el título probatorio de la propiedad de la mercadería, lo que permite que el tenedor de las copias negociables reclamar la entrega de la misma y es el documento probatorio del contrato de transporte en el que se fijan las condiciones en que el mismo se efectúa<sup>262</sup>. El cual, incluye la siguiente información:

- Datos del Exportador.
- Datos del Consignatario.
- Datos del Importador.
- Fecha y lugar de emisión.
- Detalle de la carga: peso, cantidad, volumen, bultos, descripción.
- Flete, si es pagado o pagadero en destino y monto.
- Marcas y números.
- Declaración del valor de la mercadería.

---

<sup>261</sup>Ejemplo tomado de *ibídem.*, Aduana en México y el mundo, Dirección URL: <http://aduaenmexico.wordpress.com/2011/03/16/basicos-la-carta-de-encomienda/>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>262</sup>Santiago Irigoin Dávila, “Conocimiento de embarque”, Comercio exterior, Dirección URL: <http://santiagoirigoindavila.blogspot.mx/2011/11/comercio-exterior.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].

-Estado de la carga (mercadería, envase o embalaje) que descartan la responsabilidad del transportador sobre los riesgos que pueda correr la mercadería. Se denomina LIMPIO si no se observan defectos en el momento de la carga, o SUCIO cuando el transportista denuncia expresamente el estado defectuoso de la mercadería, su envase o su embalaje.

-Es el recibo que prueba el embarque de la mercancía<sup>263</sup>.

Sin este título no se puede retirar la mercancía en el lugar de destino. De acuerdo al medio de transporte toma el nombre específico (Conocimiento de

embarque marítimo o "Bill of Lading" o conocimiento de embarque aéreo "Airwail", guía aérea, si es por vía aérea)".<sup>264</sup> Y en el caso de la exportación de esferas navideñas de Puebla a Italia conviene usar los dos.

BILL OF LADING CONOCIMIENTO DE EMBARQUE						
1. SHIPPER / EXPORTER (Completa name address) (Embarcador)		3. BOOKING Nº (Reserva Nº)		5(a) BILL OF LADING Nº		
		3(b) DATE (Fecha)				
				4. EXPORT REFERENCE (Referencia de exportación)		
2. CONSIGNEE TO (Consignatario)		6. FORWARDING AGENT (Agente embarcador)				
7. NOTIFY PARTY (Participante)		8. DOMESTIC ROUTING / EXPORT INSTRUCTIONS (Vía terrestre / Instrucciones de exportación)				
9. VESSEL (navío)	11. PLACE OF RECEIPT BY CARRIER (Lugar recibido en)	13. RELAY POINT (puerto de conexión)	12. PORT AND COUNTRY OF ORIGIN (Lugar y país de origen)			
VOYAGE (viaje)	10. PORT OF LADING (puerto de carga)	14. LOADING PER (Número / medida)	15. TYPE OF MOVE (Tipo de movimiento)			
FLAG (bandera)	17. PLACE OF DELIVERY BY CARRIER (Lugar de entrega de la carga)	16. ORIGINALS TO BE RELEASED AT (originales para entregarse en)				
PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER (datos según el embarcador)						
18. MARKS AND NUMBERS (marcas y números)	20. NUMBERS OF PACKAGES (número de bultos)	21. DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOOD (descripción de mercancías)		22. WEIGHT (libras / kilos)	23. MEASUREMENT (medidas)	
FREIGHT CHARGES (Tarifa)	RATED AS (Tarifa (pesos))	PER (por)	RATE (tarifa)	TO BE PROVIDED IN US DOLLARS (se pagará en dólares)	COLLECT IN US (a cobrar en dólares)	ORIGIN CURRENCY (moneda local)
			TOTAL			

**Ilustración 3. Conocimiento de embarque marítimo o "Bill of Lading."**  
 \*Imagen tomada de Santiago Irigoín Dávila, Dirección URL: <http://santiagoirigoindavila.blogspot.mx/2011/11/comercio-exterior.html>, [consultado durante el mes de noviembre de 2016].

<sup>263</sup>*Ibidem* Santiago Irigoín Dávila., Dirección URL: <http://santiagoirigoindavila.blogspot.mx/2011/11/comercio-exterior.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>264</sup>*Ibid.* Santiago Irigoín Dávila, Dirección URL: <http://santiagoirigoindavila.blogspot.mx/2011/11/comercio-exterior.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].

Existen diferentes tipos de Bill of Lading, pero el formato en el que se puede guiar la exportación de artesanías, esferas navideñas de vidrio soplado es el siguiente (se adjunta el instructivo de cómo llenarlo<sup>265</sup>, para facilitar la comprensión del lector, se irá presentando por segmentos):

SHIPPER (PRINCIPAL) OR SELLER - LICENSEE AND ADDRESS	
	<span style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">1</span>
CONSIGNEE TO	
	<span style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">2</span>
NOTIFY PARTY/INTERMEDIATE CONSIGNEE (NAME AND ADDRESS)	
	<span style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">3</span>

- 1.- Shipper (principal) or seller – Licensee and Address: se anota el nombre del remitente del embarque. Es importante recordar que en comercio internacional existe lo que se conoce como “triangulación de mercancías”, por lo que el remitente no necesariamente coincide con el exportador.
- 2.- Consigned to: se anota el nombre del consignatario del embarque. Aquí es necesario recordar dos cosas: a) la “triangulación de mercancías y b) las “cartas de crédito”, por lo que el consignatario no necesariamente coincide con el importador.
- 3.- Notify party/intermediate consignee (name and address): se anota el nombre de la persona o empresa a la que el comprador de la mercancía desea que se le notifique el arribo de la misma. Existe una variedad de opciones: la empresa misma, un agente aduanal, un integrador logístico (agente de carga o 3PL), un banco, etc.

BOOKING NBR.	<span style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">4</span>	B/L NUMBER	<span style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">5</span>
SHIPPER EXPORT REFERENCES			
	<span style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">6</span>		
SHIPPER'S AGENT (NAME AND ADDRESS - REFERENCES)			
	<span style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">7</span>		

<sup>265</sup>Imagen tomada de Op. Cit., Santiago Irigoín Dávila, Dirección URL: <http://santiagoirigoindavila.blogspot.mx/2011/11/comercio-exterior.html>, [consultado durante el mes de noviembre de 2016]

ACCEPTANCE POINT AND COUNTRY OF ORIGIN	8
DESTINATION DELIVERY AGENT (NAME AND ADDRESS).	9

PLACE OF RECEIPT BY PRE-CARRIER	10	PORT OF LOADING	11
VESSEL VOYAGE	12	PORT OF TRANSHIPMENT	13
PORT OF DISCHARGE	14	PLACE OF DESTINATION	15

4.- Booking Number: se anota el número de la reservación que se ha hecho entre el integrador logístico o el exportador y la naviera. Nota: algunas empresas no incluyen este campo en su BL, sino que lo cambian por algún otro, por citar sólo un ejemplo, el número de la consolidación.

5.- BL Number: se anota el número del documento de transporte. Este puede ser una combinación de letras y números o solamente llevar números (depende de cada empresa transportista).

6.- Shipper Export References: se anota cualquier número que sirva de referencia para identificar al exportador o a la exportación. Un ejemplo de lo primero sería el número de cuenta que un integrador logístico o una naviera le asignan a un cliente; un ejemplo de lo segundo podría ser el número de lote de producción de cierto producto.

7.- Shipper's Agent (Name and Address) – References: se anota el nombre del operador logístico o de la naviera que está llenando los documentos de transporte.

8.- Acceptance Point and Country of Origin: se anota la ciudad y estado en la cual se “toma” la carga, así como el país de origen de la mercancía.

9.- Destination Delivery Agent (Name and Address): se anotan los datos del operador logístico o agente de carga o naviera que recibirá la documentación relativa al embarque en el país de destino.

10.- Place of Receipt by Pre-Carrier: se anota el lugar en que la carga se acepta para pre-cargado.

11.- Port of Loading: se anota el puerto en el que se subirá la carga al buque.

12.- Vessel/Voyage: se anota el nombre del barco y el número de viaje para el cual se ha hecho reservación para la carga, de acuerdo con los datos proporcionados con la naviera.

13.- Port of Transhipment: se anota el puerto en el cual la carga cambiará de barco (cuando aplique).

14.- Port of Discharge: se anota el puerto en el cual se bajará la carga del buque.



15.- Place of Destination: se anota el nombre de la ciudad de destino final del embarque.

REFERENCES   	16
------------------------	----

16.- References: se anota cualquier referencia al embarque, ya sea por parte del integrador logístico o del expedidor. Entre otros muchos pueden aparecer, por ejemplo, número de la orden de compra, número de lote, número de parcialidad (entregas parciales), número de la carta de crédito y banco, número de la póliza de seguro y compañía, etc.

<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">17</div> MARKS AND NUMBERS	<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">18</div> NO. OF PKGS	<div style="border: 1px solid black; width: 60px; height: 20px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">19</div> DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS	<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">20</div> GROSS WEIGHT	<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">21</div> MEASUREMENT

17.- Marks and Numbers: se anota cualquier marca y número que permita identificar la carga de exportación.

Cuando la carga viaja en contenedor completo, suelen indicarse el número del contenedor y el(los) del(los) candado(s) o sello(s) de seguridad utilizados por la empresa exportadora, el integrador logístico o la naviera para mayor seguridad del embarque.

Cuando la carga es consolidada se puede colocar cualquier tipo de referencia, por ejemplo, clave del producto, número de factura, etc.

18.- No. of Pkgs.: se anota el número de “bultos” entregados para transporte. En este caso el término bulto abarca desde piezas sueltas hasta tarimas de madera con carga sobre ellas.

19.- Description of Packages and Goods: se anota la descripción de la mercancía, así como el tipo de bulto utilizado. Cuando la carga viaja en contenedor completo, suele indicarse también el tipo de contenedor. Si el exportador así lo desea, en esta parte puede señalarse el número de piezas que contiene cada tarima de madera.

Los transportistas suelen utilizar dos leyendas para deslindarse de responsabilidades en cuanto al tipo, cantidad y acomodo de la mercancía: “say to contain o S.T.C.” antes de la descripción de los productos y “as per shipper’s load, stow and count” al final de la misma. También suele indicarse si se trata de un contenedor completo utilizando términos internacionales tales como FCL/FCL (full container load) o si se trata de carga consolidada LCL/LCL (less than container load).

20.- Gross Weight: se anota el peso bruto del embarque.

21.- Measurement: se anota el volumen ocupado por el embarque (en metros cúbicos).

FREIGHT CHARGES, WEIGHT MEASUREMENT	RATES, AND/OR	PREPAID	COLLECT
22		23	24

Date at 25

This is SHIPPED on BOARD  
Bill of Lading when  
Validated

26

27
28

22.- Freight Rates, Charges, Weight and or Measurement: se anota el flete y los demás gastos asociados con el movimiento físico del producto, ya sea que éstos se hayan cobrado en función del peso, del volumen o sean cantidades fijas.

23.- Prepaid: se selecciona esta cantidad para indicar las cantidades numéricas cuando el embarque es prepago.

24.- Collect: se selecciona esta cantidad para indicar las cantidades numéricas cuando el embarque es por cobrar.

25.- Date: se anota la fecha de expedición (elaboración) del bill of lading. Esta fecha suele ser al menos un día posterior a la fecha en la que el buque salió de puerto.

26.- This is Shipped on Board. Bill of Lading when valid.: Se anota la fecha en la que la carga subió a bordo del buque. Suele anotarse la fecha de salida del buque de puerto.

27.- B/L No.: se anota nuevamente el número del bill of lading.

28.- By: se anota el nombre y se coloca la firma de la persona responsable por el llenado del conocimiento marítimo de embarque.<sup>266</sup>

<sup>266</sup>Todos los datos fueron tomados textualmente de “Conocimiento de Embarque”, Dirección URL: [http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=formato+para+llenar+de+conocimiento+de+embarque&source=web&cd=2&ved=0CDQQFjAB&url=http%3A%2F%2Finternacional.pbworks.com%2F%2Fllenado%2Bde%2Bun%2Bconocimiento%2Bde%2Bembarque.doc&ei=k2-\\_UPPNO-ae2gW\\_kID4Aw&usg=AFQjCNHBPvSm7fGauG0hAINDTyeL5I3Wdg](http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=formato+para+llenar+de+conocimiento+de+embarque&source=web&cd=2&ved=0CDQQFjAB&url=http%3A%2F%2Finternacional.pbworks.com%2F%2Fllenado%2Bde%2Bun%2Bconocimiento%2Bde%2Bembarque.doc&ei=k2-_UPPNO-ae2gW_kID4Aw&usg=AFQjCNHBPvSm7fGauG0hAINDTyeL5I3Wdg), [consultado durante el año de 2016].

## **Factura o cualquier documento que exprese el valor de la Mercancía**

En el país de destino, todo embarque se debe acompañar con una factura original o cualquier otro documento, que exprese el valor de la mercancía. Los elementos que son necesarios en una factura comercial son:

- Nombre y dirección del remitente (vendedor) tal como se muestra en la etiqueta de dirección, incluyendo una persona de contacto y un número de teléfono, un fax, y una dirección de correo electrónico.
- Nombre y dirección del destinatario, incluyendo el país de destino y el código postal, tal como se muestra en la etiqueta de dirección. Como ayuda para garantizar una entrega puntual, se debe incluir una persona de contacto y un número de teléfono, fax, y dirección de correo electrónico.
- Fecha de la factura.
- Número de pedido u orden de compra, si procede.
- Nombre y dirección del importador si es distinto del destinatario, con un nombre de contacto y un número de teléfono, télex o fax.
- Descripción completa de cada uno de los artículos que se envían. ¿Qué es el artículo?
- ¿De qué está hecho el artículo? ¿Para qué se utiliza? (Incluir la fracción arancelaria de aduana, si se conoce).
- País de origen. ¿Dónde se fabricó el artículo?
- Número de unidades, valor unitario y valor total de cada artículo. Para las muestras o los artículos sin valor comercial, debe declararse un valor nominal o de mercado para efectos de aduana.
- Transporte y valor declarado o cargos de seguro.
- Valor total del envío, incluyendo el tipo de moneda.
- Motivo de la exportación. Por ejemplo: venta, reparación, inter-empresarial.
- Condiciones de venta que definan los cargos incluidos en el valor total de la factura. Por ejemplo, C.I.F (Costo y Flete).
- Número de paquetes y peso total de los paquetes.
- Firma y fecha del remitente.<sup>267</sup>

---

<sup>267</sup>Factura

Comercial,

Dirección

URL:

[http://www.ups.com/content/mx/es/resources/ship/packaging/docs/export/comm\\_invoice.html](http://www.ups.com/content/mx/es/resources/ship/packaging/docs/export/comm_invoice.html), [consultado durante el año de 2016].

## FACTURA COMERCIAL

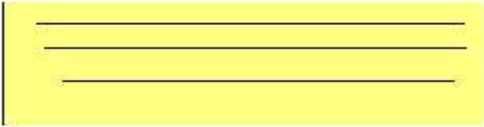
EMPRESA EXPORTADORA: Direccion:..... Telefono / Fax:..... E-mail:.....							
Señores: EMPRESA IMPORTADORA: Direccion:..... Atencion:..... INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°.....				Nombre de Contacto:..... Nuestra referencia:..... N° Cliente:..... N° de Orden de Pedido:..... Fecha:.....			
La mercancia ha sido enviada en: Dimensiones Embalaje: Grossweight (Peso Bruto): 231,524.60 kg Netweight (Peso Neto): 230,000.00 kg Marks (marcas): CALLAO PERU Vía: Maritima Made in: Brasil							
ITEM	CANTIDAD	UNID.	DESCRIPCION DE MERCANCIAS	PARTIDA ARANCELARIA	MONEDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
01	CONTAINERS 14 (9,200 BAGS)	230	TM DE POLIPROPILENO PROLEM			USD / MT 760.87	USD 175,000.00
			FOB VALUE				175,000.00
			FREIGHT VALUE				25,700.00
			CFR CALLAO				200,700.00
			FREIGHT PREPAID				
INCOTERM: CFR CALLAO				TOTAL FACTURADO			200,700.00

Ilustración 4. Factura Comercial. \*Imagen tomada de *Ibidem.*, Santiago Irigoín Davila, Dirección URL: <http://santiagoirigoindavila.blogspot.mx/2011/11/comercio-exterior.html>, [consultado durante el año de 2016].

La factura comercial de la exportación de esferas navideñas de Puebla a Italia se en el 3 Capitulo.

## ✚ Lista de empaque

**LOGO DE LA EMPRESA EXPORTADORA**

Buenos Aires, xx de Xxxxxxxx de 2001

**PACKING LIST**

COMPRADOR: Sres. Empresa Importadora  
(Dirección)  
(País de destino)

**DETALLE DEL EMBARQUE**

Nº BULTO	DESCRIPCIÓN MERCADERIA	CANTIDAD	KILOS	
			NETO	BRUTO
001	MERCADERIA A	100 UNIDADES	15	17
002	MERCADERIA B	80 UNIDADES	8	10
003	MERCADERIA C	250 UNIDADES	28	35
TOTAL 3 BULTOS		430 UNIDADES	51	62

NUMEROS: 1/3  
 MARCAS: SU EMPRESA-PRODUCTO  
 EMBALAJE: 3 PAQUETAS  
 EMBARQUE: MARÍTIMO-TERRESTRE-AEREO  
 FACTURA COMERCIAL NRO: E-0001-00000000  
 CARTA DE CREDITO NRO: 1111111

FIRMA Y SELLO DE LA EMPRESA EXPORTADORA

**NO NEGOCIABLE**

**Ilustración 5. Lista de Empaque.** \*Tomada de Guía empresarial, "Cómo exportar", <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=34>, [consultado durante el año de 2016].

La lista de empaque es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y conocer qué contiene cada bulto o caja, por lo cual se ha de realizar un empaque metódico, que coincida con la factura. Esta última se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista.<sup>268</sup>

En este desglose se debe indicar la fracción arancelaria de la mercancía, así como el valor, el peso y el volumen (describiendo el tipo de empaque y embalaje utilizados). Y detalladamente, en la lista de empaque se indicará:

- La cantidad exacta de los artículos que contiene cada bulto y el tipo de embalaje.
- En cada bulto se deben anotar, en forma clara y legible, los números y las marcas que lo identifiquen, mismos que deben relacionarse en la factura, anotando la descripción de cada una de las mercancías que contiene.
- Se debe procurar contener e identificar la mercancía del mismo tipo, ya que esto simplifica y facilita la revisión de la aduana.<sup>269</sup> En caso de la exportación de esferas navideñas a Italia la lista de

<sup>268</sup>Guía empresarial, "Cómo exportar", Dirección URL: <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=34>, [consultado durante el año de 2016].

<sup>269</sup>Datos obtenidos de *Ibíd.*, Guía de exportación, 2005.

empaquete puede seguir el siguiente formato (ilustración 5):

### **Régimen Aduanero**

Todas las mercancías que ingresen o que salen de México deben destinarse a un régimen aduanero, establecido por el contribuyente, de acuerdo con la función que se le va a dar en territorio nacional o en el extranjero. Es decir, cuando una mercancía es presentada en la aduana para su ingreso o salida del país, se debe informar en un documento oficial (pedimento) el destino que se pretende dar a dicha mercancía. La legislación mexicana contempla seis regímenes con sus respectivas variantes:

#### Definitivos

De importación

De exportación

#### Temporales

De importación

a) Para retornar al extranjero en el mismo estado

b) Para elaboración, transformación o reparación

De exportación

a) Para retornar al país en el mismo estado

b) Para elaboración, transformación o reparación, depósito fiscal, tránsito de mercancías, Interno o Internacional, elaboración, transformación, reparación en recinto fiscalizado o recinto fiscalizado estratégico.<sup>270</sup>

En este caso, es una exportación definitiva la comercialización de esferas navideñas a Italia. Es de suma importancia y necesario saber ello, ya que, la clave del régimen aduanero indicara que tipo de operación (y clasificación) estamos realizando, ya que si es incorrecta en el pedimento en el cual manifestamos esto, contraerá sanciones y/o a la vez pérdidas.

### **Clasificación arancelaria para determinar las regulaciones y Restricciones**

Las regulaciones arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar en la aduana de un país los exportadores por la entrada o salida de las mercancías. Conocer este tipo de regulaciones que inciden en el producto que se desea comercializar en algún mercado resulta relativamente fácil, toda vez que se encuentran en una Tarifa Aduanera. En este sentido, la tarifa aduanera es considerada

---

<sup>270</sup>Datos obtenidos textualmente de Fundamento Legal, Artículo 90 de la Ley Aduanera, Dirección URL: [http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana\\_mexico/2008/importando\\_exportando/142\\_10052.html](http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana_mexico/2008/importando_exportando/142_10052.html), [consultado durante el año de 2016-2017].

como un instrumento que proporciona transparencia y certidumbre al exportador. En México, la ley que regula los aranceles es la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación.<sup>271</sup>

Y también se encuentra las Regulaciones No Arancelarias (como las fitosanitarias). Donde Es importante tener en consideración que, en muchos casos, aunque el exportador pueda obtener una preferencia arancelaria, parcial o total para su producto, al llegar a la aduana del país importador la mercancía puede ser detenida por no cumplir con alguna regulación no arancelaria, incluso en los casos de naciones incluidas en los diversos Tratados de Libre Comercio que México ha firmado con otros países. De ahí la importancia de conocer estas disposiciones antes de exportar, para que el producto cumpla con éstas.<sup>272</sup>

En el caso de la comercialización de esferas navideñas a Italia no genera ninguna restricción arancelaria, así como ninguna no arancelaria que cubrir, para exportar de México, salvo el 16 % de IVA que se tiene que cubrir. En cuestiones de situación preferencial a Italia, México cuenta con un tratado de libre comercio en base al TLCUEM, que bien manejado facilita la entrada de la mercancía.

### **Pedimento de exportación**

En México conforme al Artículo 36 de la Ley Aduanera, quien exporte está obligado a presentar ante la aduana, por conducto de agente aduanal, un Pedimento; el cual, es una declaración fiscal llenada por el Agente Aduanal o apoderado aduanal en donde se encuentra la mayor parte de información sobre la mercancía que se va exportar.

El cual también, ordena por medio de disposiciones de carácter general, con el objeto de facilitar el cumplimiento de la obligación, así como para allegarse de la información necesaria en materia de estadística de ingresos, que se proporcione en declaraciones distintas de aquella con la cual se efectúe el pago.<sup>273</sup>


Para tales efectos de la exportación de esferas navideñas de vidrio soplado de Puebla a Italia, se muestra un formato de Pedimento conforme al Anexo XXII:

---

<sup>271</sup> *Ibidem.*, SAT, Dirección URL: [http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana\\_mexico/2008/importando\\_exportando/142\\_10052.html](http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana_mexico/2008/importando_exportando/142_10052.html), [consultado durante el año de 2016-2017].

<sup>272</sup> Datos obtenidos de *Ibidem.*, BANCOMEXT, Guía de exportación, 2005.

<sup>273</sup> AAACESA, "Pedimento", Dirección URL: <http://www.aaacesa.com.mx/asp/aaanws/aaapediment.asp>, [consultado durante el año de 2016].

PEDIMENTO							Página 1 de 2	
NUM. PEDIMENTO: 12 16 3178 1002348 T. OPER Exp. C PEDIMENTO: A1 REGIMEN: EXD							CERTIFICACIONES	
DESTINO: TIPO CAMBIO: PESO BRUTO: ADUANA E/S:							<b>***PAGO ELECTRONICO***</b>  <b>BBVA BANCOMER,</b>  <b>OP:</b>  <b>01/10/2017 SELECCION AUTOMATIZADA M3</b> 20/04/2011 16:15 OPER: 161-192350 PEDIMENTO: 3178-1002348 Firma: VZPJRWYXD VEHICULOS: 0001/0001 ***DESADUANAMIENTO LIBRE*** ***C U M P L I D O***	
MEDIOS DE TRANSPORTE			VALOR DOLARES:					
ENTRADA/SALIDA:	ARRIBO:	SALIDA:	VALOR ADUANA:					
1	1	1	PRECIO PAGADO:					
DATOS DEL IMPORTADOR /EXPORTADOR								
RFC: + NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:								
CURP: DOMICILIO:								
VAL.SEGUROS	SEGUROS	FLETES	EMBALAJES	OTROS INCREMENTABLES				
	10,960	15,898	0					
ACUSE ELECTRONICO			CLAVE DE LA SECCION					
DE VALIDACION:			ADUANERA DE					
			DESPACHO:					
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS: 1280								
FECHAS			TASAS A NIVEL PEDIMENTO					
			CONTRIB.	CVE. T. TASA	TASA			
PAGO	01/11/2017							
PRESENTACION	01/11/2017							
CUADRO DE LIQUIDACION								
CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	TOTALES		
						EFFECTIVO	0	
						OTROS	0	
						TOTAL	0	
DATOS DEL PROVEEDOR O COMPRADOR								
ID. FISCAL	NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL			DOMICILIO:		VINCULACION		
						NO		
NUM. FACTURA	FECHA	INCOTERM	MONEDA FACT	VAL.MON.FACT	FACTOR MON.FACT	VAL.DOLARES		
004	01/11/2017	FOB	USD					
DATOS DEL DESTINATARIO								
ID. FISCAL	NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL			DOMICILIO:				
8600007513	CUBAALUM							
TRANSPORTE	IDENTIFICACION:				PAIS: México			
NUMERO (GUIA/ORDEN EMBARQUE)/ID:								
NUMERO / TIPO DE CONTENEDOR:								
CLAVE / COMPL. IDENTIFICADOR								
OBSERVACIONES								
SE ANEXA FACTURA COMERCIAL Nº DE FOLIO DE INGRESO AL RECINTO: A370648 SELLO: P1365069 DAV:61506								
AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O DE ALMACÉN				DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS				
RFC:	CURP:			TÉRMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 81 DE				
MANDATARIO/PESONA AUTORIZADA				DE				
NOMBRE:				LA LEY ADUANERA; PATENTE O AUTORIZACIÓN:				
RFC:								
NUMERO DE SERIE DEL CERTIFICADO: 00001000000101873239								



	<b>FIRMA AUTÓGRAFA</b>
<b>FIRMA ELECTRONICA AVANZADA:</b> NvegTt4FDhj+LaME4ukl3nQcOgNQP8CWDqMWQldqwriMgZAdwTCyombGmvStxwvLFKssxZ+kwJOsrHVklbC6hWvneO1Qq2Qt8/fdmZpFY2oEgAA0r3pAB1M9c1FgWoiAXVX1osbT9Smj/ALGc85YViFtmVP/6C+nHd1h3Z7I= <small>"El pago de las contribuciones puede realizarse mediante el servicio de "pago electrónico centralizado Aduanero" (PECA), con forme a lo establecido en la regla 1.6.2., con la posibilidad de que la cuenta bancaria de la persona que contrate los Servicios sea afectada directamente por el Banco, El agente o apoderado aduanal que utilice el servicio de PECA, deberá imprimir la certificación bancaria en el campo correspondiente del pedimento o en el documento oficial, conforme al Apéndice20 "Certificación de pago electrónico Centralizado" del anexo 22  El importador-exportador podrá solicitar la certificación de la información contenida en este pedimento en: Administración General de Aduanas, Administración Aduanera "7", AV. Hidalgo Núm. 77, Modulo IV, PB, Col. Guerrero, CP, 06300, México, DF."</small>	

Ilustración 6. Pedimento de exportación. \*Formato tomado de AAACESA, Pedimento, Dirección URL: <http://www.aaacesa.com.mx/asp/aaanws/aaapediment.asp>, [consultado durante el año de 2016].

### **Someter a las formalidades del despacho aduanero la mercancía para su exportación**

Una parte importante de la exportación es el despacho aduanero, que consiste en el conjunto de actos y formalidades que se deben realizar en la aduana, relativos a la salida de mercancías del territorio nacional. Para ello, el exportador mexicano deberá presentar ante la aduana (aérea, interior, fronteriza o marítima), por conducto de un agente aduanal o de un apoderado aduanal, un pedimento de exportación que ampare la operación; asimismo, se deberán declarar y liquidar los gravámenes de exportación que en escasas ocasiones procede. El despacho aduanero se debe realizar por conducto de un agente aduanal o de un apoderado aduanal, quienes están legalmente autorizados para actuar a nombre del exportador.<sup>274</sup>

En cada operación de exportación debe pagarse el Derecho de Trámite Aduanero (DTA), el cual es una cantidad única que se actualiza en enero y julio de cada año. Será función del agente aduanal o del apoderado aduanal hacer esta operación y cargar el costo en la cuenta correspondiente. En el caso de la exportación de esferas navideñas a Italia, el exportador mexicano no tiene que pagar el DTA, ya que México cuenta con un Tratado de Libre Comercio con Europa.

### **IV.-Demás documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones o restricciones no arancelarias y trámites ante dependencias de gobierno en México para exportar a Italia.**

#### **Certificado de Libre Venta**

En el caso de la exportación de esferas Navideñas a Italia, es necesario contar con el certificado de Libre venta que otorga la Secretaria de Salud (Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios), ya que, es un material d vidrio que debe contar con los requisitos de sanidad para que salga del país e ingrese a Europa y ello se tomaría como el permiso principal o autorización de exportación.

#### **Certificado de Origen y su normatividad**

<sup>274</sup>Los honorarios que el agente aduanal aplica por sus servicios varían y suelen ser un porcentaje del valor de la mercancía de exportación, por lo que se recomienda que, antes de solicitarlos, se acuerden tanto los honorarios como otros gastos complementarios; por ejemplo, los trámites relacionados con el despacho de las mercancías exportadas", SE, "Exportación - Trámites de la exportación y documentos principales", Dirección URL: <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=34>, [consultado durante el año de 2016].

El certificado de origen es el documento en donde se manifiesta que un producto es originario del país o de la región y que, por tanto, puede gozar del trato preferencial arancelario. Y a raíz de los tratados que México ha firmado recientemente, este mecanismo se ha modificado, por lo que actualmente un certificado de origen puede amparar varias operaciones y ser válido hasta por un año.<sup>275</sup>

Este documento también certifica el origen mexicano de las mercancías, para tener un trato preferencial. Falsear, falsificar o modificar un certificado de origen puede ser motivo de sanción económica y penal tanto para el exportador como para el importador, ya que las autoridades competentes de los países en donde se otorgue trato preferencial, tienen facultades para verificar el origen de los bienes conforme a los lineamientos de los capítulos relativos de los mismos tratados.<sup>276</sup> Se retomaran los Artículos textualmente que más competen a la exportación de artesanías, esferas navideñas de vidrio soplado, en cuestión de la normatividad de la expedición del Certificado de Origen:

### **RÉGIMEN DE ORIGEN Y PROCEDIMIENTOS ADUANEROS PARA EL CONTROL Y VERIFICACIÓN DEL ORIGEN DE LAS MERCANCÍAS**

#### **Definiciones**

**Artículo 1.-** Para efectos del presente Anexo, se entenderá por:

**autoridad aduanera:** la autoridad que, conforme a la legislación de cada Parte, es responsable de la y aplicación administración de sus leyes y reglamentaciones aduaneras;

**CIF:** costos, seguros y flete incluidos;

**contenedores y materiales de embalaje para embarque:** mercancías que son utilizadas para proteger a una mercancía durante su transporte, distintos de los envases y materiales para venta al menudeo;

**días:** días naturales, incluidos el sábado, domingo y días festivos;

**envases y materiales de empaque para venta al menudeo:** envases y materiales en que una mercancía sea empaquetada para la venta al menudeo;

**exportador:** una persona ubicada en territorio de una Parte desde donde la mercancía es exportada, quien, conforme a este Anexo, está obligada a conservar en territorio de esa Parte, los registros a que se refiere el artículo 17;

**FOB:** libre a bordo (L.A.B.), independientemente del medio de transporte, en el punto de embarque directo del vendedor al comprador;

**importador:** una persona ubicada en territorio de una Parte hacia donde la mercancía es importada, quien, conforme a este Anexo, está obligada a conservar en territorio de esa Parte, los registros a que se refiere el artículo 17;

**material:** comprende las materias primas, insumos, productos intermedios y partes y piezas utilizadas en la elaboración de las mercancías.

---

<sup>275</sup>*Ibidem.*, Guía de exportación, 2005.

<sup>276</sup>*Ibid.*, Guía de exportación, 2005.

**material indirecto:** una mercancía utilizada en la producción, inspección o control de otra mercancía, que no esté físicamente incorporada a ésta; o una mercancía que se utilice en el mantenimiento de edificios o en la operación de equipos relacionados con la producción de otra mercancía, tales como:

- a) combustible y energía;
- b) herramientas, troqueles y moldes;
- c) refacciones o repuestos y materiales utilizados en el mantenimiento de equipo y edificios;
- d) lubricantes, grasas, materiales compuestos y otros materiales utilizados o para operar el equipo o los edificios;
- e) guantes, anteojos, calzado, ropa, equipo y aditamentos de seguridad;
- f) equipo, aparatos y aditamentos utilizados para la verificación o inspección de las mercancías;
- g) catalizadores y solventes; o
- h) cualquier otra mercancía que no esté incorporada en el producto terminado pero que, de cuyo uso en la producción de ese producto pueda demostrarse razonablemente que forma parte de esa producción;

**mercancía originaria o material originario:** una mercancía o un material que califican como originarios de conformidad con lo establecido en este Anexo;

**mercancías obtenidas en su totalidad o producidas enteramente en territorio de una o ambas**

**Partes:**

- i) minerales extraídos en territorio de una o ambas Partes.
- ii) vegetales cosechados en territorio de una o ambas Partes.
- iii) animales vivos, nacidos y criados en territorio de una o ambas Partes.
- iv) mercancías obtenidas de la caza o pesca en territorio de una o ambas Partes.
- v) peces, crustáceos y otras especies marinas obtenidos del mar por barcos registrados o matriculados por una Parte y que lleven la bandera de esa Parte.
- vi) mercancías producidas a bordo de barcos fábrica, a partir de las mercancías identificadas en el numeral v), siempre que esos barcos fábrica estén registrados o matriculados por alguna Parte Contratante y lleven la bandera de esa Parte.
- vii) mercancías obtenidas, por una Parte, o una persona de una Parte, del lecho o del subsuelo marino, fuera de las aguas territoriales, siempre que la Parte tenga derechos para explotar ese lecho o subsuelo marino.
- viii) desechos y desperdicios derivados de:
  - A) producción en territorio de una o ambas Partes; o
  - B) mercancías usadas, recolectadas en territorio de una o ambas Partes, siempre que esas mercancías sirvan sólo para la recuperación de materias primas;
- ix) mercancías producidas en territorio de una o ambas Partes, exclusivamente a partir de las mercancías mencionadas en los numerales i) al viii) o de sus derivados, en cualquier etapa de producción;

**Parte:** todo Estado respecto del cual haya entrado en vigor el Acuerdo;

**partida:** se refiere a los primeros cuatro dígitos del Sistema Armonizado para la Designación y Codificación de Mercancías;

**producción:** el cultivo o cría, la extracción, la cosecha, la pesca, la caza, la manufactura, el ensamble o el procesamiento o transformación de una mercancía;

**productor:** una persona que cultiva o cría, extrae, cosecha, pesca, caza, manufactura, procesa o ensambla una mercancía; ubicado en territorio de una Parte quien, conforme a este Anexo, está obligado a conservar en territorio de esa Parte, los registros a que se refiere el artículo 17;

### **Calificación de Origen**

**Artículo 2.-** Sin perjuicio de las demás disposiciones del presente Anexo, serán consideradas originarias:

- a) Las mercancías obtenidas en su totalidad o producidas enteramente en territorio de una o ambas Partes;
- b) Las mercancías que sean producidas enteramente en territorio de una o ambas Partes, a partir exclusivamente de materiales que califican como originarios de conformidad con este Anexo;
- c) con excepción de las mercancías a que se refiere el literal e), las mercancías elaboradas utilizando materiales no originarios, siempre que resulten de un proceso de producción, realizado enteramente en el territorio de una o ambas Partes, de tal forma que la mercancía se clasifique en una partida diferente a las de dichos materiales, según el Sistema Armonizado;
- d) con excepción de las mercancías a que se refiere el literal e), en el caso que no pueda cumplirse lo establecido en el literal c) precedente, porque el proceso de producción no implica un cambio de partida en el Sistema Armonizado, la mercancía producida enteramente en el territorio de una o ambas Partes que cumpla con un valor de contenido;  
Para las mercancías comprendidas en los Capítulos 01 al 27 del Sistema Armonizado, el párrafo anterior sólo se aplicará si el o los materiales no originarios utilizados en la producción de dichas mercancías están clasificados en una subpartida diferente a la de la mercancía para la cual se está determinando el origen, de conformidad con este Anexo; o
- e) las mercancías elaboradas utilizando materiales no originarios, siempre que resulten de un proceso de producción, realizado enteramente en el territorio de una o ambas Partes, de tal forma que la mercancía cumpla con los requisitos específicos de conformidad con lo establecido en el Apéndice 1 a este Anexo.

### **Valor de Contenido**

**Artículo 3.-** Cuando de conformidad con este Anexo una mercancía requiera cumplir con el valor de contenido, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 2 d), el valor de contenido se determinará conforme a los párrafos siguientes:

- a) el valor de transacción de los materiales no originarios, ajustado sobre la base CIF, no deberá exceder del 50% del valor de transacción de la mercancía exportada, ajustado sobre la base FOB;
- b) la determinación del valor de transacción de una mercancía o material, así como los ajustes correspondientes, se harán de conformidad con el Acuerdo sobre Valoración Aduanera;
- c) cuando el productor de la mercancía no la exporte directamente, el valor de transacción de dicha mercancía se determinará hasta el punto en el cual el comprador recibe la mercancía dentro del territorio donde se encuentra el producto; y

- d) cuando el productor de la mercancía adquiriera el material no originario dentro del territorio de la Parte donde se encuentra ubicado, el valor de transacción del material no incluirá el flete, seguro, costos de empaque y todos los demás costos en que se haya incurrido para el transporte del material desde el almacén del proveedor hasta el lugar en que se encuentre el productor.

#### **Materiales indirectos**

**Artículo 4.-** Los materiales indirectos se considerarán como originarios, sin tomar en cuenta el lugar de su producción y el valor de esos materiales será el costo de los mismos que se reporte en los registros contables del productor de la mercancía.

#### **Envases y materiales de empaque para venta al menudeo**

**Artículo 5.-** Los envases y los materiales de empaque en que una mercancía se presente para venta al menudeo, cuando estén clasificados con la mercancía que contengan, de acuerdo con la Regla General 5 b) del Sistema Armonizado:

- a) no se tomarán en cuenta para decidir si todos los materiales no originarios utilizados en la producción de la mercancía cumplen con el artículo 2 a), 2 b), 2 c), o cuando corresponda, 2 e), salvo lo dispuesto en el literal b) de este artículo; o
- b) se tomará en cuenta el valor de dichos envases y materiales de empaque para venta al menudeo, cuando la mercancía esté sujeta a un requisito de valor de contenido de conformidad con los artículos 2 d) o, cuando corresponda, 2 e).

#### **Contenedores y materiales de embalaje para embarque**

**Artículo 6.-** Los contenedores y los materiales de embalaje en que una mercancía se empaca o acondiciona exclusivamente para su transporte, no se tomarán en cuenta para efectos de la determinación del origen de la mercancía.

#### **Certificación de Origen y Emisión de Certificados**

**Artículo 12.-** El certificado de origen es el documento que certifica que las mercancías cumplen con las disposiciones sobre origen del presente Anexo y, por ello, pueden beneficiarse del tratamiento preferencial acordado por las Partes. El certificado de origen ampara una sola importación de una o varias mercancías al territorio de una de las Partes y deberá presentarse al momento de tramitar el despacho aduanero.

**Artículo 13.-** La emisión de los certificados de origen estará a cargo de reparticiones oficiales, a ser nominadas por cada Parte, las cuales podrán delegar la expedición de los mismos en otros organismos públicos o entidades privadas que actúen en jurisdicción federal o nacional, estatal o departamental. La repartición oficial en cada Parte, debidamente notificada ante la Secretaría General de la ALADI, será responsable por el control de la emisión de los certificados de origen.

La solicitud para la emisión de certificados de origen deberá ser efectuada por el exportador de la mercancía de que se trate, de conformidad con el artículo 12. En una delegación de competencia para la emisión de los certificados de origen, las reparticiones oficiales tomarán en consideración la representatividad, la capacidad técnica y la idoneidad de los organismos públicos o las entidades privadas para la prestación de tal servicio.

**Artículo 15.-** El certificado de origen deberá ser emitido, a más tardar, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la presentación de la solicitud respectiva, de conformidad con lo establecido en el artículo 13, y tendrá

una validez de ciento ochenta (180) días contados desde su emisión. El certificado deberá ser emitido exclusivamente en el formato que establece el artículo 12 y deberá estar llenado de conformidad con lo establecido en la Sección B del Apéndice 2 a este Anexo. Dicho certificado carecerá de validez si no estuviera debidamente llenado en todos los campos.

Los certificados de origen no podrán ser expedidos con antelación a la fecha de emisión de la factura comercial correspondiente a la operación de que se trate, sino en la misma fecha o dentro de los sesenta (60) días siguientes a dicha expedición.

**Artículo 19.-** Si como resultado del proceso de verificación y control la autoridad aduanera de la Parte importadora, determinan que la mercancía no califica como originaria, se negará el trato arancelario preferencial.

#### **Confidencialidad**

**Artículo 20.-** La información confidencial obtenida conforme a este Anexo sólo podrá darse a conocer a las autoridades responsables de la administración y aplicación del régimen de origen y de los asuntos aduaneros o tributarios, cuando corresponda, así como a las reparticiones oficiales encargadas de la emisión de certificados de origen, según proceda.

### **REGLAS DE ORIGEN ESPECÍFICAS**

#### **Sección XIII**

#### **Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas; productos cerámicos; vidrio y manufacturas de vidrio.**

<b>Capítulo 69</b>	<b>Productos cerámicos.</b>
69.01-69.14	Un cambio a la partida 69.01 a 69.14 de cualquier otro capítulo.

<b>Capítulo 70</b>	<b>Vidrio y sus manufacturas.</b>
70.01-70.02	Un cambio a la partida 70.01 a 70.02 de cualquier otro capítulo.
70.03-70.09	Un cambio a la partida 70.03 a 70.09 de cualquier otra partida fuera del grupo.
70.10-70.20	Un cambio a la partida 70.10 a 70.20 de cualquier otra partida fuera del grupo, excepto de la partida 70.07 a 70.09.

#### **INSTRUCTIVO DE LLENADO DEL CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN EUR1**

DE LA RESOLUCION EN MATERIA ADUANERA DE LA DECISION 2/2000 DEL CONSEJO CONJUNTO DEL ACUERDO INTERINO SOBRE COMERCIO Y CUESTIONES RELACIONADAS CON EL COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LA COMUNIDAD EUROPEA

Contenido

A. Notas al Certificado de circulación EUR.1

Notas al Certificado de circulación EUR.1

Con el propósito de aplicar el trato preferencial se deberá contar con un Certificado expedido por las autoridades aduaneras del país de exportación, de conformidad con lo siguiente:

**Campo 1.** Deberá anotarse el nombre completo, denominación o razón social, domicilio completo del exportador y país de exportación.

**Campo 2.** Deberá indicarse el país, grupo de países o territorio de exportación y de importación. En el caso de productos originarios de la Comunidad puede indicarse el país o la Comunidad Europea. Se podrá indicar las siglas CE (por Comunidad Europea), UE (por Unión Europea), CM (por Ceuta y Melilla) u otra que haga referencia al país, grupo de países o territorios de exportación.

**Campo 3.** El llenado de este campo es opcional. En caso de llenarse deberá indicarse el nombre completo, denominación o razón social, domicilio completo del destinatario y país de destino.

**Campo 4.** Deberá indicarse el país, grupo de países o territorio de la Parte exportadora de donde se consideran originarios los productos. En el caso de productos originarios de la Comunidad puede indicarse el país o la Comunidad Europea. Se podrá indicar las siglas CE (por Comunidad Europea), UE (por Unión Europea), CM (por Ceuta y Melilla) u otra que haga referencia al país, grupo de países o territorios de exportación.

**Campo 5.** Deberá indicarse el país, grupo de países o territorio de la Parte importadora al que se destinan las mercancías.

**Campo 6.** El llenado de este campo es opcional. En caso de llenarse podrá indicarse el medio de transporte en que se conduce la mercancía para su ingreso al territorio nacional, incluyendo el número de guía aérea o conocimiento de embarque, en caso de conocerse.

**Campo 7.** Cuando el Certificado ampare productos de las partidas arancelarias 52.08 a 52.16, 54.07 a 54.08, 55.12 a 55.16, 58.01, 58.06 y 58.11 (textiles) o de las partidas arancelarias 64.02 a 64.04 (calzado), cuando dichas mercancías no hayan cumplido con la regla de origen aplicable a dichas partidas, pero cumplan con la regla de origen específica para el cupo textil o de calzado establecido en el Apéndice II o II(a), del Anexo III de la Decisión, este campo deberá contener la siguiente leyenda:

**A.** En el caso de textiles, "Cumple la norma de origen específica establecida en el Apéndice II o "Meets the specific rule of origin as set out in Appendix II".

**B.** En el caso de calzado, "Cumple la norma de origen específica establecida en la Nota 9 del Apéndice II(a)" o "Meets the specific rule of origin as set out in Appendix II(a), Note 9".

Cuando se trate de un duplicado expedido de acuerdo con el artículo 18 del Anexo III de la Decisión, en este campo deberá indicarse la leyenda "Duplicado" en alguno de los idiomas oficiales de la Decisión.

Cuando se trate de un Certificado expedido con posterioridad a la exportación de las mercancías de acuerdo con el artículo 17 del Anexo III de la Decisión, en este campo deberá indicarse la leyenda "Expedido a Posteriori" o "Issued Retrospectively".

**Campo 8.** Deberá anotarse la descripción de los productos, incluyendo número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos; designación de las mercancías y su clasificación arancelaria por lo menos a nivel de partida (cuatro dígitos) conforme al Sistema Armonizado. Tratándose de productos que no se encuentren embalados, se deberá indicar la leyenda "a granel". Los productos deberán designarse de acuerdo con los usos comerciales y con el detalle suficiente para que puedan ser identificados y relacionados con la descripción contenida en la factura. También podrá utilizarse el procedimiento establecido en las Notas Explicativas para el caso de grandes envíos o descripción genérica de las mercancías, siempre que se cumpla con los requisitos establecidos en dichas Notas.

En ningún caso deberán aparecer líneas o espacios en blanco y no deberán quedar espacios vacíos entre los distintos productos indicados en el Certificado. Cada producto deberá ir precedido por un número de orden.

Después del último producto señalado en este campo, se deberá trazar una línea horizontal y una línea cruzada en el espacio que quede en blanco o rayarse de tal forma que sea imposible cualquier añadido posterior.

**Campo 9.** Deberá indicarse la masa bruta (Kg) u otra medida, que indique la cantidad de la mercancía amparada por el Certificado.

**Campo 10.** El llenado de este campo es opcional. En caso de llenarse deberá indicarse el número de la factura o facturas que amparan las mercancías descritas en el campo 8 del Certificado.

No obstante, lo anterior, el llenado de este campo es obligatorio, cuando el exportador utilice en el campo 8 el procedimiento previsto en las Notas Explicativas referidas en la regla 7.1. de la presente Resolución para grandes envíos o para descripciones genéricas.

**Campo 11.** Deberá indicarse el lugar y fecha de expedición, autoridad aduanera y el país de expedición; alguna de esta información puede aparecer en el sello mismo, siempre que aparezca claramente indicada. El número de documento de exportación solamente se indicará cuando la normatividad del país o territorio de exportación lo exija. Deberá presentarse firmado, fechado y sellado por la autoridad aduanera del país de exportación. Los sellos deberán corresponder a los que dicha autoridad notifique en los términos del artículo 30 del Anexo III de la Decisión.

Tratándose de Certificados que contengan la leyenda “Duplicado” en el campo 7, la fecha de expedición será la del Certificado original.

La importación de los productos descritos en el campo 8 del Certificado deberá efectuarse dentro del plazo de 10 meses inmediatos siguientes a la fecha de expedición indicada en este campo.

**Campo 12.** Este campo deberá ser llenado en su totalidad, firmado y fechado por el exportador o su representante autorizado.

**Campo 13.** Este campo es de uso exclusivo de la autoridad aduanera.

**Campo 14.** Este campo es de uso exclusivo de la autoridad aduanera o de la autoridad competente en el País de exportación.

## **NOTAS GENERALES**

1. El Certificado deberá llenarse en su totalidad, salvo indicación en contrario en el campo respectivo, a máquina o a mano con tinta y en caracteres de imprenta. Es posible proporcionar información de algunos campos mediante un sello, siempre que toda la información requerida esté claramente indicada y que cualquier firma se asiente en forma autógrafa. Los campos que tienen carácter optativo, en el caso de ser llenados deberán contener la información requerida para cada uno de ellos de conformidad con las Notas al Certificado de Circulación EUR 1.
2. El Certificado no deberá presentar raspaduras ni correcciones superpuestas. Cualquier modificación deberá hacerse tachando los datos erróneos y añadiendo, en su caso, los correctos. Tales rectificaciones deberán ser aprobadas por la persona que haya extendido el Certificado y ser visadas por la autoridad aduanera del Estado Miembro de la Comunidad en el que se haya expedido.
3. El formato de Certificado medirá 210 x 297 mm; no obstante, se acepta en estas medidas un margen diferencial de 5 mm. mínimo y 8 mm. máximo. El papel deberá ser blanco, con un peso no menor de 25g/m<sup>2</sup>; y deberá contener un fondo de garantía color verde de protección que impida su falsificación. Podrá contener la



referencia a la autorización otorgada a impresores autorizados. En este caso, además contendrá el nombre y el domicilio del impresor o una marca que lo identifique. Deberá llevar además un número de serie que permita identificarlo.<sup>277</sup> A continuación el formato del certificado de Origen, EUR1:

1. Exportador	EUR1 N°A	
3.- Importador	2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre  (Indiqué los países, grupos de países o territorios a que se refiera)	
	4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos	5. País, grupo de países o territorio de destino
6. Información relativa al transporte	7. Observaciones	
8. Número de orden, marcas, numeración, número y naturaleza de los bultos (1) Designación de las mercancías (2)	9. Masa Bruta (kg) u otra medida (litros, m <sup>3</sup> , etc.)	10. Facturas (mención facultativa)
11. VISADO DE LA ADUANA O DE LA AUTORIDAD GUBERNAMENTAL COMPETENTE  Declaración certificada conforme..... Documento de exportación (3)..... Sello Modelo..... N°..... Aduana o autoridad gubernamental competente..... País o territorio de expedición: ..... En..... a .....  ..... Firma	12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR  El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen con las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado.  En..... a .....  ..... firma	

Formato de Certificado de Origen, EUR1. \*Tomado de la Secretaría de Economía, Dirección URL: [www.siam.economia.gob.mx/work/models/Protlicuem/pdf/J.Anaya.pdf](http://www.siam.economia.gob.mx/work/models/Protlicuem/pdf/J.Anaya.pdf), [consultado durante el año 2017].

277 Datos obtenidos textualmente de la Secretaría de Economía, Formato de Certificado de Origen, EUR1, Dirección URL: [www.siam.economia.gob.mx/work/models/Protlicuem/pdf/J.Anaya.pdf](http://www.siam.economia.gob.mx/work/models/Protlicuem/pdf/J.Anaya.pdf), [Consultado durante el año 2017].

## **V.- También es necesario conocer las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior:**

### **✚ Ley de Inversión Extranjera**

La presente Ley es de orden público y de observancia general en toda la República. Su objeto es la determinación de reglas para canalizar la inversión extranjera hacia el país y propiciar que ésta contribuya al desarrollo nacional. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:

**I.- Comisión:** la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras;

**II.- Inversión extranjera:**

**a)** La participación de inversionistas extranjeros, en cualquier proporción, en el capital social de sociedades mexicanas;

**b)** La realizada por sociedades mexicanas con mayoría de capital extranjero; y

**c)** La participación de inversionistas extranjeros en las actividades y actos contemplados por esta Ley.

**III.- Inversionista extranjero:** a la persona física o moral de nacionalidad distinta a la mexicana y las entidades extranjeras sin personalidad jurídica;

**IV.- Registro:** el Registro Nacional de Inversiones Extranjeras;

**V. Secretaría:** la Secretaría de Economía;

**VI.- Zona Restringida:** La faja del territorio nacional de cien kilómetros a lo largo de las fronteras y de cincuenta a lo largo de las playas, a que hace referencia la fracción I del artículo 27 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; y

**VII.- Cláusula de Exclusión de Extranjeros:** El convenio o pacto expreso que forme parte integrante de los estatutos sociales, por el que se establezca que las sociedades de que se trate no admitirán directa ni indirectamente como socios o accionistas a inversionistas extranjeros, ni a sociedades con cláusula de extranjeros.

Las normas que contiene esta Ley comprenden, entre otros aspectos, las garantías que se conceden a los inversionistas, los sectores de la economía nacional que pueden recibir inversiones extranjeras, las formas que pueden adoptar éstas, los distintos tipos de aportes, el procedimiento para su autorización, los regímenes bancarios, impositivo especial, y laboral para esas inversiones, y las normas relativas a la protección del medio ambiente y al uso racional de los recursos naturales. Y en este caso lo que más compete es que esta Ley se utiliza con la acepción de los términos siguientes:

a) Asociación económica internacional: Unión de uno o más inversionistas nacionales y uno o más inversionistas extranjeros dentro del territorio nacional para la producción de bienes, la prestación de servicios, o ambos, con finalidad lucrativa en sus dos modalidades, que comprende las empresas mixtas y los contratos de asociación económica internacional.

b) Autorización: Documento otorgado por el Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros o por una Comisión de Gobierno, para la realización de alguna de las formas de inversión extranjera previstas en esta Ley, durante un término determinado.

c) Capital extranjero: Capital procedente del extranjero, así como la parte de las utilidades o dividendos pertenecientes al inversionista extranjero que sean reinvertidos a tenor de esta Ley.

d) Cargos de dirección superior: Cargos de miembros de los órganos de dirección y administración de la empresa mixta y de la empresa de capital totalmente extranjero, así como los representantes de las partes en los contratos de asociación económica internacional y el personal de dirección de las empresas de capital totalmente extranjero.

e) Comisión de Gobierno: Comisión designada por el Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros con facultades para aprobar las inversiones de capital extranjero en su área de competencia en correspondencia con lo dispuesto por esta Ley.

f) Concesión administrativa: Acto unilateral del Gobierno de la República, por el cual se otorga a una entidad el derecho a explotar un servicio público, un recurso natural, o a ejecutar una obra pública bajo los términos y condiciones que se establezcan.

g) Contrato de asociación económica internacional: Pacto o acuerdo entre uno o más inversionistas nacionales y uno o más inversionistas extranjeros, para realizar conjuntamente actos propios de una asociación económica internacional, aunque sin constituir persona jurídica distinta a las partes.

h) Empresa de capital totalmente extranjero: Entidad mercantil con capital extranjero, sin la concurrencia de ningún inversionista nacional.

i) Empresa mixta: Compañía mercantil cubana que adopta la forma de sociedad anónima por acciones nominativas, en la que participan como accionistas uno o más inversionistas nacionales y uno o más inversionistas extranjeros, con excepción de los provenientes del fondo de estimulación económica, si éste existiere.

l) Inversión extranjera: Aportes de capital realizados por inversionistas extranjeros, en cualquiera de las formas previstas en esta Ley.

m) Inversionista extranjero: La persona natural o jurídica, con domicilio en el extranjero y capital extranjero, que se convierte en accionista de una empresa mixta o partícipe en una empresa de capital totalmente extranjero, o que figura como parte en los contratos de asociación económica internacional.

n) Inversionista nacional: Empresa o entidad estatal con personalidad jurídica, sociedad anónima u otra persona jurídica, de nacionalidad europea, con domicilio en el territorio nacional, que

se convierte en accionista de una empresa mixta o figura como parte en los contratos de asociación económica internacional.<sup>278</sup>

\*Saber ello, es con la finalidad de comprender como podemos realizar proyectos donde se asocien tanto la empresa receptora de esferas navideñas, como la industria exportadora, México, bajo las leyes de ambos países. La Dirección General de Inversión Extranjera (DGIE) pone a disposición del público una serie de documentos estadísticos y económicos en materia de inversión extranjera directa.

Por otra parte, la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (CNIE) es el órgano rector de la IED en México, encargada de dictar los lineamientos de política de inversión extranjera y diseñar mecanismos para promoverla. La CNIE es una dependencia de la Secretaría de Economía, cuyo titular la preside, y está además conformada por los Secretarios de Gobernación, Relaciones Exteriores, Hacienda, Desarrollo Social, Medio Ambiente, Energía, Comunicaciones, Trabajo, y Turismo, o sus representantes, lo cual refleja claramente el carácter multisectorial que la promoción y regulación de la IED tiene en México. Entre las principales atribuciones de la CNIE se cuenta la de resolver, sobre la procedencia, términos y condiciones de la participación de la inversión extranjera en las actividades o adquisiciones con regulación específica a las que se ha hecho referencia.<sup>279</sup>

Para tramitar la aprobación de la CNIE con respecto a aquellos proyectos de IED que la requieren, los inversionistas son asesorados por funcionarios del área de evaluación de proyectos de la Dirección Nacional de Inversiones Extranjeras previo a la presentación de su solicitud de aprobación. Luego de ser expedido el oficio de autorización de la CNIE, la inversión extranjera deberá inscribirse ante el Registro Nacional de Inversiones Extranjeras (RNIE).<sup>280</sup>

**VI.-Conocer las instancias que fomentan la exportación a nivel nacional como internacional en este (caso el FONART, BANCOMEXT, ya analizados en el Subcapítulo 2.1 y 3.2), que deban ayudar a consolidar una exportación sólida y exitosa.**

**VII.- Otro rubro importante a conocer es la Competencia y su normatividad para lograr una exportación exitosa:**

 **Ley Federal de Competencia.**

La presente ley es reglamentaria del artículo 28 constitucional en materia de competencia económica, monopolios y libre concurrencia, es de observancia general en toda la República y aplicable a todas las áreas de la actividad económica. Esta Ley tiene por objeto proteger el proceso de competencia y libre

---

<sup>278</sup>*Ibidem.*, Cuba Industria, Dirección URL: <http://www.cubaindustria.cu/juridica/ley%2077.htm>, [Consultado durante el año de 2016].

<sup>279</sup>*Ibidem.*, Cuba Industria, Dirección URL: <http://www.cubaindustria.cu/juridica/ley%2077.htm>, [Consultado durante el año de 2016].

<sup>280</sup>Secretaría de Gobierno, Dirección URL: <http://www.cfc.gob.mx/index.php/es/cfc-quienes-somos/mision-y-vision-cfcl> [consultado durante el año de 2017].

conurrencia, mediante la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios. Para efectos de esta Ley, se entenderá por Secretaría, la Secretaría de Economía, y por Comisión, la Comisión Federal de Competencia.

#### **Papel de la CFC: Normatividad y antimonopolios.**

En México, la política de competencia tiene su origen en el artículo 28 Constitucional, que contiene el derecho que tiene la sociedad de beneficiarse de los efectos de un mercado competido. Éste prohíbe los monopolios y las prácticas monopólicas, y establece que se evitarán las concentraciones contrarias al interés público. La aplicación de la política de competencia inició en junio de 1993, cuando entró en vigor la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE). Este es el instrumento jurídico que hace efectivo el mandamiento de la Carta Magna respecto de la garantía que tiene todo individuo para acceder a un mercado en competencia.<sup>281</sup>

#### **Trámites y servicios: Protección al consumidor.**

Conforme a la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, los trámites y servicios que se realizan ante la Comisión Federal de Competencia están inscritos en el Registro Federal de Trámites y Servicios (RFTyS) que lleva la Comisión Federal de Mejora Regulatoria. Para promociones solo el día de su vencimiento y después de concluido el horario en el cual la oficialía de partes debe recibir documentos enviar a: [oficialia@cfc.gob.mx](mailto:oficialia@cfc.gob.mx).<sup>282</sup> El tiempo máximo de trámite es de cinco días hábiles, la respuesta a la solicitud es mediante la emisión de un acuerdo. Requisitos a cumplir para la solicitud de copias certificadas:

- Escrito libre de solicitud.
- Demostrar interés jurídico, acreditando su personalidad, incluyendo, en su caso, otros datos que faciliten su localización, tales como teléfono y fax.
- Comprobante de pago de derechos, salvo en los casos en que:
- Las constancias deban ser exhibidas en algún procedimiento, proceso o averiguación.
- Medie mandamiento escrito, fundado y motivado de autoridad competente.
- La Comisión notifique un acuerdo de trámite o resolución definitiva en copia certificada.

---

<sup>281</sup>*Ibid.*, GOB, Dirección URL: <http://www.cfc.gob.mx/index.php/es/cfc-quienes-somos/mision-y-vision-cfcl> [consultado durante el año de 2017].

<sup>282</sup>GOB, Resoluciones, Dirección URL: <http://www.cfc.gob.mx/index.php/es/publicacionesinformes>. [consultado durante el año de 2017].

- El pago de derechos de conformidad con las disposiciones fiscales aplicables se realiza a través de la sección e5cinco.<sup>283</sup>

### **Ley Propiedad Industrial y su Reglamento: Patentes y marcas**

**¿Cómo actúa una marca?** Una marca ofrece protección al titular de la marca, garantizándole el derecho exclusivo a utilizarla para identificar bienes o servicios, o a autorizar a un tercero a utilizarla a cambio de un pago. El período de protección varía, pero una marca puede renovarse indefinidamente más allá del plazo límite del pago de las tasas adicionales. Los tribunales hacen respetar la protección de las marcas y, en la mayoría de los sistemas, tienen la potestad de sancionar la infracción de las marcas. En un sentido amplio, las marcas promueven la iniciativa y la libre empresa en todo el mundo, recompensando a los titulares de marcas con reconocimiento y beneficios financieros. La protección de marcas obstaculiza asimismo los esfuerzos de los competidores desleales, como los falsificadores, por utilizar signos distintivos similares para designar productos o servicios inferiores o distintos. El sistema permite a las personas con aptitudes e iniciativa producir y comercializar bienes y servicios en las condiciones más justas posibles, con lo que se facilita el comercio internacional.

**¿Qué tipo de marcas pueden registrarse?** Las posibilidades son prácticamente ilimitadas. Las marcas pueden consistir en una palabra o en una combinación de palabras, letras y cifras. Pueden consistir asimismo en dibujos, símbolos, rasgos en tres dimensiones como la forma y el embalaje de bienes, signos auditivos como la música o sonidos vocales, fragancias o colores utilizados como características distintivas. Además de las marcas que identifican el origen comercial de bienes y servicios, existen otras categorías de marcas. Las marcas colectivas son propiedad de una asociación cuyos miembros las utilizan para identificarse con un nivel de calidad y otros requisitos establecidos por la asociación. Ejemplos de dichas asociaciones son las asociaciones de contables, ingenieros o arquitectos. Las marcas de certificación se conceden a un producto que satisface determinadas normas, pero no se restringen a los miembros de organizaciones. Pueden ser concedidas a cualquiera que pueda certificar que los productos en cuestión satisfacen ciertas normas establecidas. Las normas de calidad aceptadas internacionalmente "ISO 9000" son un ejemplo de estas certificaciones ampliamente reconocidas.

**¿Cómo se registra una marca?** En primer lugar, debe presentarse una solicitud de registro de una marca en la oficina de marcas nacional o regional apropiada. La solicitud debe contener una reproducción clara del signo que desea inscribirse, incluyendo los colores, las formas o los rasgos tridimensionales. La solicitud debe contener asimismo una lista de los bienes o servicios a quienes se aplicará el signo. El signo debe satisfacer ciertas condiciones para poder ser protegido como marca

---

<sup>283</sup>*Ibid.*, GOB, Dirección URL: <http://www.cfc.gob.mx/index.php/es/publicacionesinformes>. [consultado durante el año de 2017].

registrada o cualquier otro tipo de marca. Debe ser inconfundible, de manera que los consumidores puedan identificarlo como atributo de un producto particular, así como distinguirlo de otras marcas que identifican a otros productos. No debe inducir a engaño a los consumidores, defraudarlos ni infringir la moralidad o el orden público.

Finalmente, los derechos que se solicitan no pueden ser los mismos, o similares, que los derechos que hayan sido concedidos a otro titular de una marca. Esto puede determinarse mediante la investigación y examen por parte de la oficina nacional o mediante la oposición de terceros que reivindican derechos similares o idénticos.

**¿Cuál es el alcance de protección de una marca?** La mayoría de los países del mundo registran y protegen las marcas. Cada oficina nacional o regional mantiene un Registro de marcas que contiene toda la información relativa a los registros y renovaciones que facilita el examen, la investigación y la oposición eventual por parte de terceros. No obstante, los efectos de este registro se limitan al país (o, en el caso de un registro regional, a los países) concernidos. Con el objetivo de proteger las invenciones de las PyMEs, la Secretaría de Economía y el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), cuentan con un Portal de Tecnologías de Patentes especializado en el sector donde las empresas pueden encontrar toda la información necesaria para llevar a cabo el trámite que les permita modernizar su negocio e incrementar su productividad.

A fin de evitar el registro de la marca en cada oficina nacional o regional, la OMPI administra un sistema internacional de registro de marcas. Este sistema está administrado por dos tratados, el Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas y el Protocolo de Madrid. Una persona que tiene un vínculo (por medio de la nacionalidad, el domicilio o el establecimiento) con un Estado parte en uno o ambos de estos tratados puede, sobre la base de un registro o solicitud en la Oficina de marcas de dicho Estado, obtener un registro internacional que sea efectivo en alguno o todos de los países de la Unión de Madrid.<sup>284</sup>

**VIII.- Así, como es importante contar con un sello de calidad y atractivo (una marca), es importante como ya se mencionó contar con un embalaje, canal de distribución y seguro adecuado para desarrollar una exportación de las artesanías en tiempo y forma.**

### **INCOTERMS**

Que deriva de la abreviación: International Commercial TERMS que Significa “Términos Internacionales de Comercio”. Son Un conjunto de términos Comerciales de letras que reflejan usos entre Empresas

---

<sup>284</sup>Preguntas e información obtenida de la página web oficial de la OMPI, Dirección URL: [http://www.wipo.int/trademarks/es/about\\_trademarks.html](http://www.wipo.int/trademarks/es/about_trademarks.html), e IMPI, Dirección URL: [http://www.impi.gob.mx/work/sites/IMPI/resources/LocalContent/536/11/GU\\_SD\\_2012.pdf](http://www.impi.gob.mx/work/sites/IMPI/resources/LocalContent/536/11/GU_SD_2012.pdf), [consultada durante el año de 2016-2017].

en los contratos de compraventa de mercancías. Describen principalmente las obligaciones, los costos y los riesgos que implica: la entrega de mercancías del vendedor, al comprador, hasta un lugar definido para cada una de las partes<sup>285</sup> tales como: -La entrega de mercancía en el lugar convenido:

- Transporte
- Seguro De la mercancía
- Envase y embalaje
- Trámites y gastos de aduanas
- Maniobras de carga y descarga
- Inspección de la mercancía

Por ende, el INCOTERM más conveniente para la exportación de artesanías, esferas navideñas de Chignahuapan, Puebla a Italia es FOB (FREE ON BOARD), que significa que el vendedor entrega la

---

<sup>285</sup>(...) 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, por lo que se pueden utilizar en contratos de compraventa internacional. Asimismo, constituyen una base para regular las transacciones comerciales, delimitando a detalle, los derechos, las responsabilidades y obligaciones entre el comprador y vendedor. Se hace también referencia directa al transporte que se utiliza y al lugar donde se entrega la mercancía.

En cuanto a este último punto, los Incoterms regulan tres aspectos básicos relacionados con el lugar de entrega:

- Transferencia de riesgos entre comprador y vendedor
- Costos a cuenta del comprador y vendedor
- Documentación, trámites y gestión ante autoridades gubernamentales y agentes privados

Los Incoterms se clasifican por grupos y por tipo de transporte a utilizar.

Por Grupos: esta clasificación se conoce por la primera letra de las siglas del Incoterm, que son:

- E = Exit (en punto de salida u origen)
- F = Free (libre de flete principal)
- C = Cost (costo de flete principal incluido)
- D = Delivered (entregado en destino)

Los términos que inician con las letras E y F son entregados en el país de origen y los que inician con C y D son entregados en el país de destino.

Categoría E: Único término en el que la mercancía se pone a disposición del comprador en el domicilio del vendedor. EXW

Categoría F: Términos en los que al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido por el comprador. FCA, FAS y FOB

Categoría C: El vendedor contrata el transporte a sus expensas, pero en términos usuales sin asumir ningún riesgo ni responsabilidad sobre la mercancía una vez que ésta ha sido embarcada. Bajo estos términos el vendedor asume obligaciones de embarque. CFR, CIF, CPT y CIP

Categoría D: El vendedor asume todos los costos y riesgos hasta entregar la mercancía en el lugar de destino acordado. Bajo estos términos el vendedor asume obligaciones de entrega en el destino.

DAF, DES, DEQ, DDU y DDP

Por Tipo de Transporte: Los modos de transporte apropiados para el uso de los Incoterms 2000 son:

- A Aéreo
- M Marítimo o fluvial
- O Cualquier tipo de transporte

T Transporte terrestre". Datos obtenidos de Francisco Bahamonde Medina, El Manual del Exportador, Primera edición, Ministerio de Agricultura (FUCOA), Chile, pág. 36 y 37.



mercancía cuando los bienes están abordo, designado por el comprador y en el puerto nominado<sup>286</sup> en este caso el puerto de Lázaro Cárdenas o el de Veracruz al del Vaticano.

Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>FOB Marítimo</b>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIF Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Ilustración 7. INCOTERM. \*Tomada de *op. cit.*, Manual del Exportador, pág. 37.

### IX.-Promoción internacional

Una de las ferias más importantes a nivel Internacional sobre la promoción de productos decorativos y regalos en festividades de decembrina es:

✚ **Christmasworld.** -Feria Internacional de Decoraciones Temporales y Festivas, es la plataforma de tendencias y pedidos más grande del mundo para el sector internacional de la decoración estacional y festiva y, por tanto, la feria B2B perfecta para un gran comienzo de la nueva temporada de negocios. Simultáneamente, revela el potencial que ofrecen las decoraciones estacionales como fuerzas motrices suplementarias para las ventas, se centra en la época más activa y emocionante del año. Del 26



Ilustración 8. Feria Internacional de Decoraciones Temporales y Festivas, Feria Internacional de Decoraciones Temporales y Festivas. \*Obtenida del sitio web oficial de Christmasworld Dirección URL: <https://translate.google.com.mx/translate?hl=es&sl=en&u=https://christmasworld.messefrankfurt.com/frankfurt/en.html&prev=search>, [consultada durante el año de 2017].

<sup>286</sup>Datos tomados de *ibídem.*, El Manual del Exportador, pág. 37.

al 30 de enero de cada año, Christmasworld en Frankfurt am Main reúne a fabricantes y minoristas, así como a los principales compradores comerciales de todo el mundo.

Alrededor de 1.000 expositores de 42 países ofrecen un espectro único de nuevas tendencias navideñas, festivas y estacionales en seis salas de exposiciones, tanto para los consumidores domésticos como para las grandes aplicaciones en centros comerciales, ciudades, hoteles, etc. con una variedad de exposiciones especiales, conferencias y talleres de expertos logrando un intercambio de información con fabricantes, expertos y colegas de todo el mundo, creando líneas de productos complementarias de las ferias concurrentes Floradecora, Paperworld y Creativeworld.<sup>287</sup>

#### **X.-Recomendaciones Finales para el cierre de una negociación y para una exportación exitosa.**

El proceso de la negociación comercial, se forma generalmente de las siguientes etapas:

1. Creación de ambiente: incluye la presentación de los participantes con sus respectivos grados de autoridad, la imagen, y el generar confianza.

2. Implementación de estrategias: es el intercambio de información y objetivos de las partes; y se toma en cuenta el contenido y la forma de presentarlo.

3. Ajustar posiciones: consistente en otorgar y obtener concesiones, para lo cual es necesario saber, cuándo, cómo, y qué tipo de concesiones dar; a fin de no mostrarse en una posición insegura.

4. Proceso de cierre: se da cuando los negociantes están convencidos de que tienen intereses comunes, y ambos están satisfechos con los resultados. En este momento se formalizan los acuerdos, y se ponen por escrito.

5. Post-negociación: revisión de resultados, la interpretación debe ser la misma para las partes, y poder así ejecutarlo de forma eficiente.<sup>288</sup>

---

<sup>287</sup>Información obtenida de sitio web oficial de Christmasworld, Dirección URL: <https://translate.google.com.mx/translate?hl=es&sl=en&u=https://christmasworld.messefrankfurt.com/frankfurt/en.html&prev=search>, [Consultada durante el año de 2017].

<sup>288</sup>*Op. cit.*, 2005, pág. 34.

## Fuentes de investigación

### Bibliografía

- Ackoff I. Russell, Un concepto de planeación de empresas México, Ed. Limusa, 1988, págs. 155.
- Arroyo Pichardo, Graciela "Fronteras del conocimiento en las ciencias sociales: Las relaciones internacionales: espacio abierto al desarrollo del conocimiento transdisciplinar", 2001, México, UNAM, p. 147.
- Bahamonde Medina Francisco, el Manual del Exportador, primera edición, Ministerio de Agricultura (FUCOA), Chile, p. 226.
- Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), "*México, Transición Económica y Comercio Exterior*", Ed. Fondo de Cultura Económica, 1999. México, p. 482.
- BANCOMEXT, Guía básica del exportador, décimo segunda edición, AVA, México, 2005, p.298.
- Benigno José, Zilli Manica," italianos en México, *Documentos para la historia de los colonos italianos en México*", Ediciones Concilio, Xalapa, Veracruz, 2002, p.538.
- Bravo Ramírez, Francisco, El artesano en México, Méx. Porrúa, 1976, p.103.
- Castro Gutiérrez Felipe, La extinción de la artesanía gremial, UNAM, 1986, p. 190.
- Chávez Orozco Luis, La agonía del artesano mexicana, Centro de Estudios Históricos del Movimiento Obrero Mexicano, 1977, p.108.
- "Comercio Exterior, Promoción por capacitación -2006- ", Escuela Superior de Cajas de Ahorros (ESCA), España, 2000, p.105.
- Cruz Miramontes, Rodolfo, Las Relaciones Comerciales Multilaterales de México y el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, Méx., 2003, pp. 237.
- De la Torre Francisco, Arte Popular Mexicano: Origen y formas de expresión, artesanías y juguetes, 2da Edición, Editorial Trillas, 2012, p. 147.
- De León Imelda, Artesanías tradicionales de México, S.E.P., 1984, p. 75.
- Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México, "*Los Municipios de Puebla*", *Secretaría de Gobernación*, Gobierno del Estado de Puebla, México, 1988.
- Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México: Estado de Puebla, Municipio de Chignahuapan, Gobierno del Estado de Puebla, México, 2013.
- Etienne-Nugue Jocelyne, Háblame de la artesanía, Unesco, París, 2009, p. 50.
- Espejel Carlos, Las artesanías tradicionales en México, Secretaría de Educación Pública, Méx., 1972, p. 158.
- Frano Frías, Efraín Cultura Popular y Artesanías, Gobierno del Estado, Secretaría de Cultura, 2005, pp. 147.
- Gámez Martínez, Ana Paulina, Artes y oficios de la Nueva España, Ed. Círculo de Arte, México, 2000, p. 31.
- García Canclini Nestor, Ni folklórico ni masivo ¿qué es lo popular?, Perú, 1987, p. 11.
- Gerardo Murillo, "Introducción a Las artes populares en México", editorial Cultura, 1922, México, p. 17.
- Gobierno del Estado de Puebla, Secretaría de Gobernación, *Los Municipios de Puebla*, México, 1988.
- "*Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea*", BANCOMEXT – ITESM, 3a edición, México, 2005, p. 394.
- Hernández Gladys, "*La expansión de China y su impacto en la economía de América Latina y el Caribe*", Anales de la 36ª Asamblea General de ALIDE, Centro de Investigaciones de la Economía Mundial (CIEM), Cuba, p. 1-5.
- Instituto Nacional de Estadística (INEGI), Geografía e Informática, *Anuario Estadístico del Estado de Puebla*, México, 1996. *INEGI, "Anuario Estadístico del Estado de Puebla"*, Gobierno del Estado de Puebla, México, 1996, p.40. *Estadísticas Históricas de México 2009, Censo de Población y vivienda 2010*, México, 2009. "*Principales resultados por localidad 2010 (ITER)- Puebla*", Gobierno del Estado de Puebla, México, 2010. "*Principales resultados de la Encuesta Intercensal, 2015, Estados Unidos Mexicanos*", México, 2015, p.122.
- Kuri Camacho Ramón, Chignahuapan, Sierra Norte de Puebla: Voces y Miradas de su historia, Volumen I, II, III, Institución de Investigaciones Históricas-UNAM y Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, H. Ayuntamiento de Chignahuapan Puebla, 2006.
- Leyes y Códigos de México, Legislación sobre Derechos de Autor, Ed. Porrúa, quinceava edición, México, 1995.
- Ley del Artículo 131 Constitucional en Materia de Comercio Exterior
- Ley sobre la Celebración de Tratados
- Ley Aduanera y su Reglamento

- Ley de Comercio Exterior y su Reglamento
- Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación
- Ley Federal sobre Metrología y Normalización
- Ley General de Salud
- Leyes auxiliares para la regulación del comercio exterior:
- Ley del Impuesto al Valor Agregado
- Ley del Impuesto sobre la renta
- Código de Comercio
- Código Fiscal de la Federación
- Ley Federal de Derechos
- Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente
- Ley Federal de Armas de Fuego y Explosivos
- Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios
- Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior.
- Otras Leyes auxiliares a la exportación:
  - Ley de Inversión Extranjera
  - Ley Federal de Competencia
  - Ley Propiedad Industrial y su Reglamento
  - Ley Federal de Derecho de Autor y su Reglamento.
- López Prados Dulce María, Plan de negocios de exportación de accesorios típicos artesanales mexicanos de la Región centro-sureste, Universidad de Las Américas Puebla (UDLAP), Puebla, 2006, pp. 251.
- Mark Leonard, ¿Qué piensa China?, el debate interno sobre su futuro, Icaria, Política Exterior, Madrid, 2008, p. 183.
- Martínez Peñalosa, Arte popular y artesanías artísticas de México, S.E.P, 1998, p. 135
- Rotman Mónica, *“Prácticas artesanales en buenos aires: la vigencia de las producciones no industriales en las ciudades contemporáneas”*, vol. 8, Buenos Aires, 2016, p. 25 – 40.
- Nelson Nobert, Mercado y venta de artesanías, 2 Edición, 1970, México, UNAM, AID, p.158.
- Novelo Victoria, La fuerza del trabajo artesanal en la industria mexicana; Simposio “La historia económica en la perspectiva arqueológico-industrial”, Segundo Congreso Nacional de Historia Económica. La Historia Económica hoy, entre la Economía y la Historia. Ciudad Universitaria, D.F. 27-29 de octubre de 2004, Méx., cuadernillo, p. 200.
  - Artesanías y Capitalismo en México, Consejo Nacional de Artesanía, SEP-INAH, México, 1976, pp. 270.
  - La capacitación de Artesanías en México, Plaza y Valdés, 2003, p. 2013.
  - Las artesanías en México, Méx. 1993, p. 246.
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Pekín, Los Derechos de Propiedad Intelectual en China Pekín, Instituto español de Comercio exterior (ICEX), 2011, pp. 1-15.
- Ortiz Wadgyamar Arturo, Introducción al Comercio Exterior, Ed. Nuestro tiempo, Méx., 1993, p. 259.
  - Comercio Exterior de México en el siglo XX, Porrúa, Méx., 2001, p. 69.
  - México en Ruinas: el impacto del libre comercio, UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas, 2010, p. 250.
- Oviedo, Eduardo Daniel, China en expansión, Universidad Católica de Córdoba, Córdoba (Argentina), 2005, p. 208.
- Peconi, Antonio, *“italianos en México: la emigración a través de los siglos”*, Instituto Italiano de Cultura, México, 1998.
- *“Principales importadores de regalos y artículos de decoración en la Unión Europea”*, UNSD, Eurocentro, Tec. de Monterrey, Comtrade Database, 2004.
- Quintana Adriano, Elvia Arcelia, El Comercio Exterior de Méx., Porrúa, Méx. 2003, p. 412.
- Ríos Ruiz Alma de los Ángeles, El Dumping, como práctica desleal en el comercio Internacional, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Derecho, División de Universidad Abierta, p. 11.
- Romer Conejo, China: radiografía de una potencia en ascenso, El Colegio de México, México, 2008, p. 650.
- Sales Heredia Francisco J., Las artesanías en México situación actual y retos, Primera Edición, Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública, México, noviembre 2013, p. 111.
- Sánchez Arturo, Desarrollo de productos en el sector de servicios y en el sector cultural, SDNPI, UAM-A, México, p. 27.

- Savarino Franco, “*Apuntes sobre la inmigración italiana en México, 1881-1926*”, en: Pablo Serrano Álvarez (coord.), *Inmigrantes y diversidad cultural en México, siglos XIX y XX*. Pachuca (Hidalgo, México): SEP-Conaculta, Colegio del Estado de Hidalgo, Universidad Intercultural del Estado de Hidalgo, 2015, pp. 241-261.
  - “*Nacionalismo en la distancia: los italianos emigrados y el fascismo en México (1922-1945)*”, Pasado y Memoria, Revista de Historia Contemporánea, n. 11, 2012, pp. 41-70.
  - “Un pueblo entre dos patrias: mito, historia e identidad en Chipilo, Puebla (1912-1943)”, Cuicuilco, vol. 13, nº 34, enero-abril 2006, pp. 277-291.
- Shiva Vandana, ¿proteger o expropiar? los Derechos de la Propiedad Intelectual, Intermon Oxfam, Colección libros de Encuentro, Primera edición, Esp., 2003, p.142.
- Silveti Raffaella, “*El Acuerdo de Libre Comercio Unión Europea – México: Guía de uso*”, p. 15.
- Simposio UNESCO/CCI, “*La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera*” - Manila, 6-8 de octubre de 1997.
  - Turok Marta, *Cómo acercarse a la artesanía*, Editorial Plaza y Valdés, Secretaría de Educación Pública (SEP), Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), Gobierno del Estado de Querétaro, Primera edición, 1988, México, p. 200.
  - Vega Jorge Alejandro, “Financiamiento para la importación de insumos de la empresa cerámica Bonilla y Sains”, A.C, Seminario de Comercio Exterior, IPN, mayo del 2016, p. 230.

#### **Hemerografía:**

- Camacho Eduardo, “*Productos chinos inundan de lleno al mercado mexicano*”, *El Universal*, publicado el martes 22 de noviembre de 2011, consultado durante el año de 2017.
- Hernández Miguel, “*Trabajan en marca única para esferas: Artesanos de Chignahuapan tienen la mira puesta en el mercado de exportación*”, *El Economista*, publicado el 16 de Julio de 2014, consultado durante el año de 2016-2017.
  - Producción de esferas alcanza los 70 millones: La actividad crece 5% cada año y desplazó a la forestal como principal sector municipal*, publicado el 15 de octubre de 2014.
- Tirzo Iván, “*Exporta Chignahuapan esferas a Europa*”, *El Sol de Puebla Puebla*, Méx. publicado 26 de agosto de 2012, consultado durante el año de 2016-2017.

#### **Practica de Campo:**

- Visita a talleres de producción de esferas de vidrio, decoración, venta y entrevistas a artesanos, en Chignahuapan, Puebla, México, diciembre de 2016.

#### **Ciberografía**

- Pedimento, AAACESA, Pedimento, Dirección URL: <http://www.aaacesa.com.mx/asp/aaanws/aaapediment.asp>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- “*Acuerdo por el que se establecen las Reglas en materia de Certificación de origen de la decisión 2/2000 del consejo conjunto del Acuerdo interino sobre Comercio y cuestiones relacionadas con el Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea*”, Dirección URL: [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=4763631&fecha=27/07/1993](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4763631&fecha=27/07/1993), [Consultado durante el año de 2016-2017].
- Anexo XXII, Dirección URL: <http://www.aduanas-mexico.com.mx/claa/ctar/leyes/anexo22.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Blazquez Fernando, *Como Crear una empresa*, Dirección URL: <http://www.comohacer.org/negocios/empresa/como-crear-empresa-a3.asp>, [consultado durante el periodo del año de 2016-2017].
- Blog Web, “Comunidad virtual literaria”, Derechos de autor, Ley de Protección Intelectual, España en línea: <http://www.bibliotecasvirtuales.com/biblioteca/derechosdeautor/>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Blog el Mundo.es, “*La nueva artesanía se llama diseño*”, Dirección URL: <http://www.elmundo.es/america/2011/03/26/mexico/1301151766.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Blog México Querido, Dirección URL: [http://www.mexicoquerido.com.mx/puebla/es/destinos/dePdes.php?\\_idDestino=4](http://www.mexicoquerido.com.mx/puebla/es/destinos/dePdes.php?_idDestino=4), [consultado durante el año de 2016-2017].

- Blog ProMéxico, “*Productos mexicanos tradicionales*”, Dirección URL: <http://www.promexico.gob.mx/productos-mexicanos/las-tradicionales-artesantias-mexicanas.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Borges Iván, “*Esferas de Chignahuapan han decorado el Vaticano*”, publicado el jueves 22 de noviembre de 2012, a las 10:04, Dirección URL: <http://www.tuinformacion.com.mx/noticia/esferas-de-chignahuapan-han-decorado-el-vaticano>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Borreguero Figols María José, “*Derecho Aduanero Comunitario*”, Educarm, Dirección URL: <http://servicios.educarm.es/templates/portal/ficheros/websDinamicas/30/gestionaduanera.pdf>, [Consultado durante el año de 2016-2017].
- Camarillo Rangel Gustavo, “*Exposición en Homenaje al Rebozo*”, De Ruta por México, agosto de 2015, Dirección URL: <http://derutapormexico.blogspot.mx/2015/08/exposicion-en-homenaje-al-rebozo.html>, [Consultado durante el año de 2016].
- Ceballos Luis, “*Como Exportar Un Producto a Europa*”, Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas (INCEA), Dirección URL: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/71-comoexportarunproducto/139-como-exportar-a-europa>, [Consultado durante el año 2016-2017].
- Chávez Cámara Carlos, Blog Urban Wilderness, Dirección URL: <http://carloschavezcamara.blogspot.mx/2011/08/italia-y-mexico-grandes-semejanzas.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- CNNexpansión, “*México, aficionado a productos piratas*”, publicado el martes, 29 de marzo de 2011 a las 06:01, Pymes: estrategias para la crisis, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2011/03/28/mexicanos-gastan-mas-en-pirateria>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Cruz Carlos, *Básicos: Carta Encomienda*, Aduana en México y el mundo Dirección URL: <http://aduaenmexico.wordpress.com/2011/03/16/basicos-la-carta-de-encomienda/>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Covarrubias Miguel, Archivos digitales, Biblioteca UDLAP, Dirección URL: [http://caterina.udlap.mx/xmlLibris/projects/covarrubias/browse/item.jsp?path=/db/xmlLibris/Sala%20de%20Archivos%20y%20Colecciones%20Especiales/Fondo%20Moderno/Archivo%20Miguel%20Covarrubias/Exposici%F3n%20UDLAP:%20Carpeta%20II%20-%20Caricaturas,%20fotograf%EDas%20y%20notas/&key=amc\\_exposicion\\_udlap\\_carpeta\\_ii\\_caricaturas\\_fotografias\\_y\\_notas\\_30.xml](http://caterina.udlap.mx/xmlLibris/projects/covarrubias/browse/item.jsp?path=/db/xmlLibris/Sala%20de%20Archivos%20y%20Colecciones%20Especiales/Fondo%20Moderno/Archivo%20Miguel%20Covarrubias/Exposici%F3n%20UDLAP:%20Carpeta%20II%20-%20Caricaturas,%20fotograf%EDas%20y%20notas/&key=amc_exposicion_udlap_carpeta_ii_caricaturas_fotografias_y_notas_30.xml), [Consultado durante el año de 2016].
- Curso administrativo, *Comercio Exterior*, Dirección URL: <http://cursoadministracion1.blogspot.mx/2008/07/comercio-exterior.htm>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Diccionario Web, “*Definición de arte, Qué es*”, Significado y Concepto, Dirección URL: <http://definicion.de/arte/#ixzz2DTtUe9CY>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- “*Esferas navideñas de Chignahuapan*”, Publicado el 13 de diciembre de 2012, Dirección URL: <http://www.poblanerias.com/2012/12/esferas-navidenas-de-chignahuapan/>, [consultado durante el año de 2016- 2017].
- Expo Carga, “*México, puerta de entrada de negocios con EU*”, Dirección URL: <http://www.expo-carga.com/Newsletter/Enero/Mexico-puerta-de-entrada-de-negocios-con-EU/>, [Consultado durante año de 2016-2017].
- “*Fabricarán 300 millones de esferas en Puebla*”, [Anónimo], publicado el 18 octubre de 2012, Dirección URL: <http://elempresario.mx/actualidad/van-europa-ca-esferas-poblanas>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Forbes México, “*México y sus artesanías en el mundo*”, publicado el 14 de agosto de 2014, Dirección URL: <https://www.forbes.com.mx/mexico-y-sus-artesantias-en-el-mundo/>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Fundamento Legal: Artículo 90 de la Ley Aduanera, Régimen aduanero, Dirección URL: [http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana\\_mexico/2008/importando\\_exportando/142\\_10052.html](http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana_mexico/2008/importando_exportando/142_10052.html), [consultado durante el año de 2016-2017].
- Gil Camacho Xóchitl, “*Señalan importancia de puertos mexicanos en logística*”, especialista de la Subdirección de Evaluación de Programas de FIRA, Dirección URL: <http://www.logisticamx.enfasis.com/notas/67334-senalan-importancia-puertos-mexicanos-logistica>, [Consultado durante el año de 2016-2017].
- Guía empresarial, “*Como exportar*”, Dirección URL: <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=34>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Hocsman Heriberto S., “*Deficiencias legislativas en la protección de derechos de autor en software: propuesta de creación de la Ley de Derechos de Autor en Software*”, buscador argentino, justiano.com, Dirección URL: [www.justiniano.com/revista\\_doctrina/Derecho\\_de\\_autor\\_en\\_software](http://www.justiniano.com/revista_doctrina/Derecho_de_autor_en_software), [consultado durante el año de 2016-2017].

- INEGI, "Encuesta *Nacional de Ocupación y Empleo*"; Resultados del tercer trimestre de 2011, Dirección URL: [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx), [consultado durante el año de 2016-2017].  
-"*México en cifras*", Dirección URL: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Informador.MX, "*La piratería y el desuso atentan contra artesanías*", Guadalajara, Dirección URL: <http://www.informador.com.mx/cultura/2010/172813/6/la-pirateria-y-el-desuso-atentan-contra-artesantias.htm>, [Consultado durante el año de 2016-2017].
- Irigoín Davila Santiago , Comercio exterior, Conocimiento de embarque, Dirección URL: <http://santiagoirigoindavila.blogspot.mx/2011/11/comercio-exterior.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Ley de Comercio Exterior en Diario Oficial de la Federación (DOF), 1993, Dirección URL: [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=4763631&fecha=27/07/1993](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4763631&fecha=27/07/1993), [Consultado durante el año de 2016-2017].
- Mayoral Jiménez Isabel, "*Empresas inician la batalla contra China*", publicado el lunes 12 de diciembre de 2011 a las 06:01, Pymes: estrategias para la crisis, CNNexpansión, en línea: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2011/03/28/mexicanos-gastan-mas-en-pirateria>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Notimex, "*Fabricarán 300 millones de esferas en Puebla*", Escrito por Equipo de Redacción el 18 octubre de 2012, Dirección URL: <http://el EMPRESARIO.mx/actualidad/van-europa-ca-esferas-poblanas>, [consultado durante 2016-2017].  
-"*¿Qué acuerdos firmó Peña Nieto en Italia?*", México, 16 de junio de 2015, Dirección URL: <http://www.altonivel.com.mx/51623-que-acuerdos-firmo-epn-en-italia.html>, [consultado durante el año de 2017].
- Página web oficial de BANCOMEXT, Dirección URL: <http://www.bancomext.com/>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Página Web Oficial de la Cámara de Comercio Italiana en México, "*Macroeconomía*", Dirección URL: <http://camaraitaliana.com.mx/informacion-sobre-mexico/macroeconomia/>, [Consultado durante el año 2016-2017].
  - Página oficial de la Delegación Europea en México, Dirección URL: [http://eeas.europa.eu/delegations/mexico/eu\\_mexico/trade\\_relation/index\\_es.htm](http://eeas.europa.eu/delegations/mexico/eu_mexico/trade_relation/index_es.htm), [consultado durante el año de 2016].
  - Página web oficial del Fondo Nacional Para El Fomento De Las Artesanía (FONART), Dirección URL: <http://www.fonart.gob.mx/web/index.php>, [consultado durante el año de 2016-2017].
  - Página web oficial de la Organización Mundial de Comercio Exterior (OMC), Dirección URL: [http://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/gatt\\_s/gatt\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/gatt_s/gatt_s.htm), [consultado durante el año de 2016-2017].
  - Página web oficial de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Dirección URL: <http://www.wipo.int/about-ip/es/>, [consultado durante el año de 2016].
  - Página web oficial de la Federación de la Unión Europea en Español, Dirección URL: [http://www.idcfederacion.org/es/index.php?option=com\\_content&view=article&id=562:la-crisis-del-euro&catid=47:sabes-que&Itemid=200](http://www.idcfederacion.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=562:la-crisis-del-euro&catid=47:sabes-que&Itemid=200), [consultado durante el año de 2016].
  - Página web oficial de la Secretaria de Economía, Dirección URL: [http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/TLC\\_Mex\\_UE](http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/TLC_Mex_UE), [consultada durante el año de 2017].  
-*Exportación, "Trámites de la exportación y documentos principales"*, Dirección URL: <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=34>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Página web oficial de la Secretario de Gobierno de México, "*Comercio Exterior / Países con Tratados y Acuerdos firmados con México*", Dirección URL: <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>, [consultado durante el año de 2016-2017].  
-"*El Presidente de la República Italiana, Sergio Mattarella, realiza una Visita de Estado a México*", Relaciones bilaterales México-Italia, Dirección URL: <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/relaciones-bilaterales-mexico-italia>, [consultado durante el año de 2016-2017].  
-"*Relaciones bilaterales México-Italia*", Dirección URL: <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/relaciones-bilaterales-mexico-italia>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Portal web oficial de Europa, "*Normas de Europa*", 2017, Dirección URL: [http://europa.eu/youreurope/business/product/standardisation-in-europe/index\\_es.htm](http://europa.eu/youreurope/business/product/standardisation-in-europe/index_es.htm), [Consultado durante el año de 2017].
- Portal web oficial de México Desconocido, Dirección URL: [http://www5.smartadserver.com/call/pubjumpi/63423/495386/34693/M/\[timestamp\]/?" target="\\_blank"](http://www5.smartadserver.com/call/pubjumpi/63423/495386/34693/M/[timestamp]/?), [consultado durante el año de 2016-2017].

- Portal web oficial de Turismo de Italia, Turismo.org., Dirección URL: <http://www.italia.it/es/home.html>, [Consultado durante el año de 2016-2017].
- Portal web oficial de la UNESCO, Dirección URL: <http://portal.unesco.org/culture/es/ev.phpl>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Portal web oficial Santander, “Italia: exportación de productos”, Treade Portal, Dirección URL: <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/italia/exportacion-de-productos>, [Consultado durante el año de 2016-2017].
- Portal web oficial de la Unión Europea, “La Historia de la Unión europea”, Comisión europea, Dirección URL: [https://europa.eu/european-union/about-eu/history\\_es/](https://europa.eu/european-union/about-eu/history_es/), [Consultado durante el año de 2016-2017].
- Ruiz de Teresa Guillermo, “Puertos, entrada y salida comercial de México, Coordinador General de Puertos y Marina Mercante”, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Dirección URL <http://www.realestatemarket.com.mx/articulos/infraestructura-y-construccion/12652-puertos-entrada-y-salida-comercial-de-mexico>, [Consultado durante el año de 2016-2017].
- Sánchez Luis Carlos, “El profundo Guillermo Bonfil Batalla; 25 aniversario luctuoso”, Excelsior, abril del 2017, México, Dirección URL: <http://www.excelsior.com.mx/expresiones/2016/07/19/110575>, [consultado durante el año de 2017].
- Sitio web oficial de la Cámara de Comercio, Dirección URL: <http://www.camaras.org/comext/htdocs/listado.php?parent=7002>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Sitio web oficial de Christmasworld Dirección URL: <https://translate.google.com.mx/translate?hl=es&sl=en&u=https://christmasworld.messefrankfurt.com/frankfurt/en.html&prev=search>, [Consultada durante el año de 2017].
- Sitio web oficial de la Embajada de Italia en México, “Italia”, Dirección URL: [http://www.ambcittadelmessico.esteri.it/ambasciata\\_cittadelmessico/es/](http://www.ambcittadelmessico.esteri.it/ambasciata_cittadelmessico/es/), [Consultado durante el año de 2016-2017].
- Sitio web oficial del Gobierno del Estado de Puebla, “Acerca de Puebla”, Gobierno del Estado de Puebla, Dirección URL: <http://www.puebla.gob.mx/>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Chignahuapan, México, Sección de Turismo, Dirección URL: <http://www.puebla.travel/es/puebla/>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- “Sección de turismo”, Chignahuapan, México Dirección URL: <http://www.puebla.travel/es/puebla/>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Sitio web oficial de INAFED, Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México, Puebla, Dirección URL: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM21puebla/municipios/21053a.htm>, [consultado durante el año de 2016– 2017].
- Sitio web Lamudi México, “Pueblos Mágicos”, publicado el 28 de julio de 2015, Dirección URL: <http://www.lamudi.com.mx/journal/5-pueblos-magicos-que-visitar-viviendo-en-puebla/>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Sitio web oficial del SAT, Dirección URL: [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/21\\_12672.html](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/21_12672.html), [consultado durante el año de 2017].
- Sitio web oficial de Servicios Tributarios para obtener el FIEL, Dirección URL: [http://portal.funcionpublica.gob.mx:8080/wb3/wb/SFP/fiel\\_requisito](http://portal.funcionpublica.gob.mx:8080/wb3/wb/SFP/fiel_requisito), [consultado durante el año de 2017].
- Sitio Web Oficial de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) “Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea”, México, noviembre de 1999. Dirección URL: <http://zedillo.presidencia.gob.mx/pages/pub/publics/tlcue99/tlcue99.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Sitio web oficial de SIICEX, Dirección URL: [www.siicex.gob.mx](http://www.siicex.gob.mx), [consultado durante el año de 2017].
- Sitio web oficial de Study Country, “Una breve Historia de Italia”, Dirección URL: <http://www.studylands.com/es/guia-paises/IT-history.htm>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Sitio web oficial de la OEA, Sistema de Información de Comercio Exterior (SICE), Dirección URL: [http://www.sice.oas.org/TPD/MEX\\_EU/MEX\\_EU\\_s.ASP](http://www.sice.oas.org/TPD/MEX_EU/MEX_EU_s.ASP), [consultado durante el año 2016-2017].
- Tratado de Libre Comercio, “Marco Jurídico”, SE, Dirección URL: [http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/Marco\\_juridico](http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/Marco_juridico), [consultado durante el año de 2016-2017].
- Ultra noticias, “Chignahuapan exportará esferas a Italia y España”, Se mantienen las exportaciones a Estados Unidos, Canadá y Brasil, publicado el 26 de agosto de 2012, Dirección URL: <http://www.ultra.com.mx/noticias/puebla/Local/54683-chignahuapan-exportar-esferas-a-italia-y-espaa-.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].



- Universal.Oline, "*Los 10 puertos más importantes de México*", De 10, Dirección URL, <http://archivo.de10.com.mx/mas-seguros/2013/los-10-puertos-mas-importantes-de-mexico-17614.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].
- Urbeconómica, "*Esferas en Chignahuapan, Pueblo Mágico*", publicado el miércoles, 17 de octubre de 2012 a las 11:09, Dirección URL: [http://urbeconomica.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico](http://urbeconomica.com/index.php?option=com_content&view=article&id=7268:lista-feria-de-la-esfera-en-chignahuapan-pueblo-magico), [consultado durante el año de 2016-2017].
- Zambrano Mutis Ángela María, "*Importancia de la carta de instrucciones hecha por el suscriptor de un título valor en blanco*", Dirección URL <http://www.gerencie.com/importancia-de-la-carta-de-instrucciones-hecha-por-el-suscriptor-de-un-titulo-valor-en-blanco.html>, [consultado durante el año de 2016-2017].