

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### *Proyecto de exportación de uniformes industriales al mercado de Estados Unidos*

**Autor: Claudia Beatriz Pichardo Avalos**

**Tesina presentada para obtener el título de:  
Lic. En Comercio Internacional**

**Nombre del asesor:  
María de la Luz Ponce Ávila**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





# UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL

“ PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE  
UNIFORMES INDUSTRIALES AL  
MERCADO DE ESTADOS UNIDOS ”

## TESINA

Que Para Obtener el Título de :  
LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

Presenta:

**Claudia Beatriz Pichardo Avalos**

Asesor:

L.C.I. MARIA DE LA LUZ PONCE AVILA

No. De acuerdo LCI 000201    CLAVE 16PSU0011T

Morelia, Mich.

Marzo de 2003.





## AGRADECIMIENTOS

Antes que a nadie quiero agradecerle a *DIOS* por llenarme siempre de tantas bendiciones, además de darme la oportunidad de alcanzar y llegar a este momento tan anhelado e importante en mi vida.

*A mi mamá* por sus sacrificios, confianza, consejos y por alentarme a seguir en cada nuevo paso de mi vida y ser mi ejemplo.

*A mi papá* por su esfuerzo de siempre brindarme lo mejor con su dedicación y por su apoyo.

# PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE UNIFOMES INDUSTRIALES AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

*A mi hermana* por su apoyo y compañía.

*A todos mis maestros que he tenido a lo largo de mi paso por la escuela* por compartir conmigo cada uno de ellos sus conocimientos, por sus enseñanzas y su paciencia.

*A mis compañeros y amigos* por su amistad y por tenderme la mano en los momentos que lo he necesitado.

INDICE

AGRADECIMIENTOS

1. LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE

1.1 Antecedentes de la Empresa 5

1.2 Misión, Visión, Objetivos, Metas y Filosofía Operativa 6

1.3 **Antes que a nadie quiero agradecerle a DIOS por llenarme siempre de tantas bendiciones, además de darme la oportunidad de alcanzar y llegar a este momento tan anhelado e importante en mi vida.** 10

1.4 Características y ventajas de las funciones clave vacantes 12

1.5 Fortalezas Y debilidades 13

2. **A mi mamá: por sus sacrificios, confianza, consejos y por alentarme a seguir en cada nuevo paso de mi vida y ser mi ejemplo.**

2.1 Clasificación arancelaria de su producto de acuerdo al Sistema Armonizado(SA); clasificación industrial (SCIAN); y clasificación de comercio exterior según la Revisión 3 de la clasificación Uniforme para el comercio Internacional (CUIC o SITC) de las Naciones Unidas 15

2.2 **A mi papá: por su esfuerzo de siempre brindarme lo mejor, por su dedicación y por su apoyo en todo momento.**

2.3 Principales tipos de productos y tipos de mercado 17

2.4 Normas y controles de calidad 18

2.5 Tecnología e investigación y desarrollo como herramientas para mantener ventajas 19

2.6 **A mi hermana: por su cariño, apoyo incondicional y por su compañía.** 19

2.7 Costos de fabricación o de adquisición 19

2.8 Valor para el cliente y ventajas competitivas del producto 20

3. **A todos mis maestros que he tenido a lo largo de mi paso por la escuela: por compartir conmigo cada uno de ellos sus conocimientos, por sus enseñanzas y su paciencia.**

3.1 Situación actual de la industria o sector de que se trate: en los ámbitos global y doméstico y en los mercados preseleccionados 21

3.2 Selección del país meta 22

3.3 **A mis compañeros y amigos: por su amistad y por tenderme la mano en los momentos que lo he necesitado.** 23

3.4 Aspectos cuantitativos del mercado. Medición y tendencias del consumo y de las importaciones, en valor y /o en volumen en los últimos años 40

3.5 Barreras de acceso al mercado 44

3.6 Análisis de la competencia 51

3.7 Análisis del macroentorno, detección de oportunidades y amenazas 55



## INDICE

### 1. LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE

1.1	Antecedentes de la Empresa	5
1.2	Misión, Visión, Objetivos, Metas y Filosofía Operativa	6
1.3	Portafolio de Negocios	8
1.4	Cadena de Valor y procesos medulares	10
1.5	Organización actual y equipo directivo. Posiciones clave vacantes	12
1.6	Fortalezas Y debilidades	13

### 2. PRODUCTO

2.1	Clasificación arancelaria de su producto de acuerdo al Sistema Armonizado(SA); clasificación industrial (SCIAN); y clasificación de comercio exterior según la Revisión 3 de la clasificación Uniforme para el comercio Internacional (CUCI o SITC) de las Naciones Unidas	15
2.2	Principales productos competidores directos y/o indirectos o sucedáneos	17
2.3	Principales tipos de productos y tipos de mercado	17
2.4	Normas y controles de calidad	18
2.5	Tecnología e investigación y desarrollo como herramientas para mantener ventajas	19
2.6	Mantenimiento y respaldo al producto	19
2.7	Costos de fabricación o de adquisición	19
2.8	Valor para el cliente y ventajas competitivas del producto	20

### 3. SELECCIÓN DEL MERCADO META

3.1	Situación actual de la industria o sector de que se trate: en los ámbitos global y doméstico y en los mercados preseleccionados	21
3.2	Selección del país meta	29
3.3	Aspectos cualitativos del mercado. Características y segmentación del mercado. Prácticas comerciales y situación general de precios, canales y promoción	32
3.4	Aspectos cuantitativos del mercado. Medición y tendencias del consumo y de las importaciones, en valor y /o en volumen en los últimos años	40
3.5	Barreras de acceso al mercado	44
3.6	Análisis de la competencia	51
3.7	Análisis del macroentorno, detección de oportunidades y amenazas	55

RESUMEN EJECUTIVO

**4. ASPECTOS OPERACIONALES**

4.1 Definición de objetivos y metas en el mercado seleccionado ..... 60

4.2 Adecuación de la mezcla de mercadotecnia ..... 60

4.3 Estrategia de entrada al mercado ..... 61

4.4 Cotizaciones, INCOTERMS, transporte y seguros ..... 65

4.5 Envase y embalaje ..... 69

4.6 Documentos y tramites de exportación ..... 69

4.7 Contratos y formas de pago ..... 70

4.8 Programa de actividades a corto plazo ..... 70

**5. ASPECTOS FINANCIEROS**

5.1 Inversiones ..... 71

    Capital de trabajo

    Inversión fija

    Inversión diferida

5.2 Estructura financiera ..... 71

5.3 Presupuesto de ingresos ..... 72

5.4 Presupuesto de egresos ..... 72

5.5 Estado de Resultados ..... 74

5.6 Punto de equilibrio ..... 74

5.7 Principales razones financieras ..... 75

5.8 TIR ..... 75

Anexos ..... 76

Conclusión ..... 88

Bibliografía ..... 89



El tamaño del mercado Estadounidense para los overalls es de \$ 53,000, 976 dólares.

México se ha situado como el **RESUMEN EJECUTIVO** pantalones de algodón para caballero a Estados Unidos, sus principales competidores son República Dominicana y Hong Kong.

La empresa Confecciones Saavedra es una empresa joven creada apenas hace 12 años en la ciudad de Morelia, Michoacán con una inversión inicial de \$23857.00 pesos, creada por el Ing. Julio Armando Saavedra Fuentes. El giro de la empresa es la confección y fabricación de Uniformes Escolares, Secretariales e Industriales con la más alta calidad.

Las ventas de la empresa, que en el último año 2002 alcanzaron los \$5,272,236.00 pesos, se concentran actualmente entre los estados de Michoacán, Guanajuato y Aguascalientes.

Con un equipo directivo integrado por 3 personas, con 4 empleados y 12 operarios, actualmente dispone de una capacidad instalada para 3000 piezas mensuales en tres plantas fabriles que se encuentran ubicadas en Bartolomé de las Casas #161 Centro en Morelia, Mich., en los poblados de Álvaro Obregón y la Mina en el mismo estado.

El proyecto de exportación que se presenta a continuación consiste en vender overalls de uso de trabajo industrial en el mercado de Estados Unidos, iniciando nuestras operaciones a partir de la ciudad de Chicago, Illinois.

El producto se clasifica en el capítulo 62, Partida 03 del Sistema Armonizado y se encuentra libre de gravámenes de importación, virtud de la Iniciativa del Tratado de Libre Comercio (TLCAN). Esto permite tener mayores beneficios arancelarios que los países Asiáticos.

Las ventajas competitivas de la líneas de productos de Confecciones Saavedra se fundamentan en los siguientes aspectos:

- Calidad en la hechura de la prenda
- Servicio (postventa nacional)
- Confección de tallas y diseños especiales
- Precios accesibles
- Las prendas son fabricadas por la misma empresa
- Respaldo de la empresa hacia sus prendas



El tamaño del mercado Estadounidense para los overalls es de \$ 53,000, 976 dólares.

México se ha situado como el primer país exportador de pantalones de algodón para caballero a Estados Unidos, sus principales competidores son República Dominicana y Hong Kong.

Adicionalmente, por grupos de productos que, por valor y volumen, que registran un mayor índice de consumo en el mercado se tiene el de ropa para damas, con participación del 49% de las ventas totales del mercado, mientras que la ropa para caballero participa con 29%, la de niños 16% y uniformes 6%.

En Estados Unidos el overall es una prenda que las industrias requieren para que sus empleados vestan ropa adecuada y segura en el momento que realicen sus actividades.

En virtud de la pequeñez de las ventas de Confecciones Saavedra en el mercado estadounidense, no se anticipa ninguna reacción importante de nuestros competidores, pudiendo posicionarse como producto de alta calidad.

A continuación se muestra el estado de resultados proforma para los próximos cinco años, expresado en dólares:

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso	\$ 521,424.00	\$ 539,152.42	\$ 557,483.60	\$ 576,438.04	\$ 596,036.93
Costo Variable	\$ 289,680.00	\$ 299,529.12	\$ 309,713.11	\$ 320,243.36	\$ 331,131.63
M. De Contribución	\$ 231,744.00	\$ 239,623.30	\$ 247,770.49	\$ 256,194.68	\$ 264,905.30
Costos Fijos	\$ 18,866.00	\$ 18,866.00	\$ 18,866.00	\$ 18,866.00	\$ 18,866.00
<b>U. neta antes de Imp.</b>	<b>\$ 212,878.00</b>	<b>\$ 220,757.30</b>	<b>\$ 228,904.49</b>	<b>\$ 237,328.68</b>	<b>\$ 246,039.30</b>

Por estar cabalmente enterados de las reglamentaciones aplicables a este tipo de productos y estar en posibilidades de cumplirlas de manera integral, no se prevé ningún tipo de problema mayor que pudiera poner en riesgo este proyecto. Por tanto, se estará estudiando cuidadosamente el mercado para detectar a tiempo cualquier corriente adversa en el macroentorno, la opinión pública o nuestros clientes y consumidores a fin de adecuar nuestra oferta a la mejor satisfacción de sus expectativas y necesidades.



## 1.1 ANTECEDENTES

CONFECCIONES SAAVEDRA, es una empresa dedicada a la comercialización, fabricación, confección y distribución de uniformes escolares, secretariales e industriales, ubicada en la calle Bartolomé de las Casas # 161, teléfono y fax 01 (443) 3126508, con horario de 10-2 AM y de 4-8PM de Lunes a Viernes y Sábados de 10-3 de la tarde, en el centro de Morelia, Michoacán. La empresa se encuentra clasificada dentro del sector de las industrias manufactureras y maquiladoras, constituida bajo el régimen fiscal de persona física con la razón social: SAAVEDRA FUENTES JULIO ARMANDO, propietario de la misma; el empresario una vez terminada su carrera de Ingeniería Mecánica Industrial en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo tuvo la idea de iniciar un negocio en el ramo ya que contaba con un cierto grado de experiencia en el mismo, ya que el joven trabajó en el negocio de su padre "Casa Saavedra", dedicada a la venta de casimires y confección de trajes sastres, a demás de contar con un taller de confección de ropa, donde se tenía el elemento de producción, por lo que se decidió iniciar un negocio propio. El primer elemento fue la investigación que realizó para el desarrollo de su tesis que le sirvió para titularse y consistía en un proyecto de una fábrica de ropa, así pues el 1º de Marzo de 1990 "Confecciones Saavedra" inicia sus actividades contando únicamente con una máquina de coser, 3 empleados que deberían de realizar las diversas actividades y un capital de \$23,857.00 pesos, en los primeros años de actividades trabajaba un intermediario que se dedicaba a la comercialización de Uniformes escolares dentro de la ciudad de Morelia, posteriormente se busco la forma de que la empresa amplía su mercado y no actuara simplemente como un taller de confección, sino que también, esta pudiera comercializar directamente sus prendas en las Escuelas, Oficinas de Gobierno, Hospitales e Industrias no sólo en este estado, por lo que ha buscado la forma de penetrar en el mercado de algunos de los estados vecinos. Actualmente cuenta con una tienda abierta al público ubicada en la misma dirección y dos talleres más de confección localizados en los poblados de Alvaro Obregón y La Mina aquí mismo dentro del estado de Michoacán, por lo que da empleo a más de 15 familias.

## LA MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS, METAS Y FILOSOFÍA OPERATIVA.

### 1.1 ANTECEDENTES

CONFECCIONES SAAVEDRA, es una empresa dedicada a la comercialización, fabricación, confección y distribución de uniformes escolares, secretariales e industriales, ubicada en la calle Bartolomé de las Casa # 161, teléfono y fax 01 (443) 3126508, con horario de 10-2 AM y de 4-8PM de Lunes a Viernes y Sábados de 10-3 de la tarde, en el centro de Morelia, Michoacán. La empresa se encuentra clasificada dentro del sector de las industrias manufactureras y maquiladoras, constituida bajo el régimen fiscal de persona física con la razón social: SAAVEDRA FUENTES JULIO ARMANDO, propietario de la misma; el empresario una vez terminada su carrera de Ingeniería Mecánica Industrial en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo tuvo la idea de empezar su propio negocio en este ramo ya que contaba con un cierto grado de experiencia, puesto que desde muy joven trabajó en el negocio de su padre "Casa Saavedra", dedicada a la venta de casimires y confección de trajes sastres, a demás de trabajar durante dos años en la YEDID, en donde manejo el departamento de producción, pero otra de las razones por lo que decidió dedicarse a este negocio fue la investigación que realizó para el desarrollo de su tesis que le sirvió para titularse y consistía en un proyecto de una fábrica de ropa, así pues el 1º de Marzo de 1990 "Confecciones Saavedra" inicia sus actividades contando únicamente con una maquina de coser, 3 empleados que deberían de realizar las diversas actividades y un capital de \$23,857.00 pesos, en los primeros años de actividades trabajaba un intermediario que se dedicaba a la comercialización de Uniformes escolares dentro de la ciudad de Morelia, posteriormente se busco la forma de que la empresa ampliara su mercado y no actuara simplemente como un taller de confección, sino que también, esta pudiera comercializar directamente sus prendas en las Escuelas, Oficinas de Gobierno, Hospitales e Industrias no sólo en este estado , por lo que ha buscado la forma de penetrar en el mercado de algunos de los estados vecinos. Actualmente cuenta con una tienda abierta al público ubicada en la misma dirección y dos talleres más de confección localizados en los poblados de Álvaro Obregón y La Mina aquí mismo dentro del estado de Michoacán, por lo que da empleo a más de 15 familias.



## 1.2 MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS, METAS Y FILOSOFÍA OPERATIVA.

### MISIÓN

Lograr ser una empresa con alto reconocimiento en la industria, enfocándose a alcanzar la excelencia con personal y productos de calidad que satisfagan plenamente las necesidades de nuestros consumidores.

### VISIÓN

Lograr la aceptación y colocación de nuestras prendas tanto en el mercado nacional como en el internacional.

### OBJETIVOS

- La confección y fabricación de uniformes con la más alta calidad y el mejor precio en el mercado para que quienes vistan con nuestras prendas puedan quedar totalmente satisfechos con nuestro trabajo.
- Penetrar en los mercados internacionales por primera vez en dos años.
- Mantenerse en el mercado internacional aumentando la cartera de clientes.

### METAS

- Contactar a las 1200 empresas del Edo. de Michoacán cuyos empleados utilicen uniformes para realizar sus labores.
- Seguir trabajando durante todo el año con el Gobierno del Estado para la confección de uniformes secretariales.
- Vender 1000 paquetes de uniformes escolares entre las 72 Escuelas publicas y privadas de la Cd. de Morelia
- Superar ventas de la empresa año con año en un 50%

**FILOSOFIA OPERATIVA**

Nuestra empresa está encaminada a la fabricación de prendas de calidad para lo cual se utilizan materiales 100% hechos en México, y que deberán ser adquiridos a un precio justo para ambas partes, además de la utilización de mano de obra calificada para la confección de las prendas como un medio generador de empleo a las familias mexicanas, bajo las óptimas condiciones de trabajo y prestaciones correspondientes, así como un pago digno y una vez unidos los recursos materiales y los humanos obtener un valor agregado de la más alta calidad y la plena satisfacción de los clientes que es nuestra prioridad.

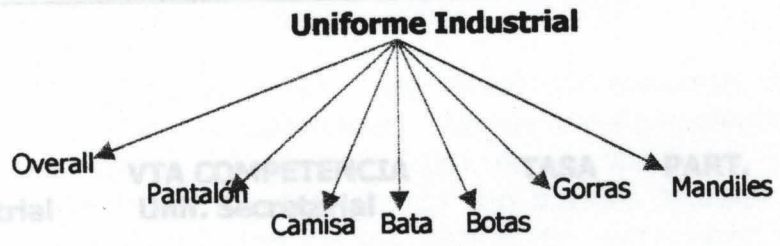
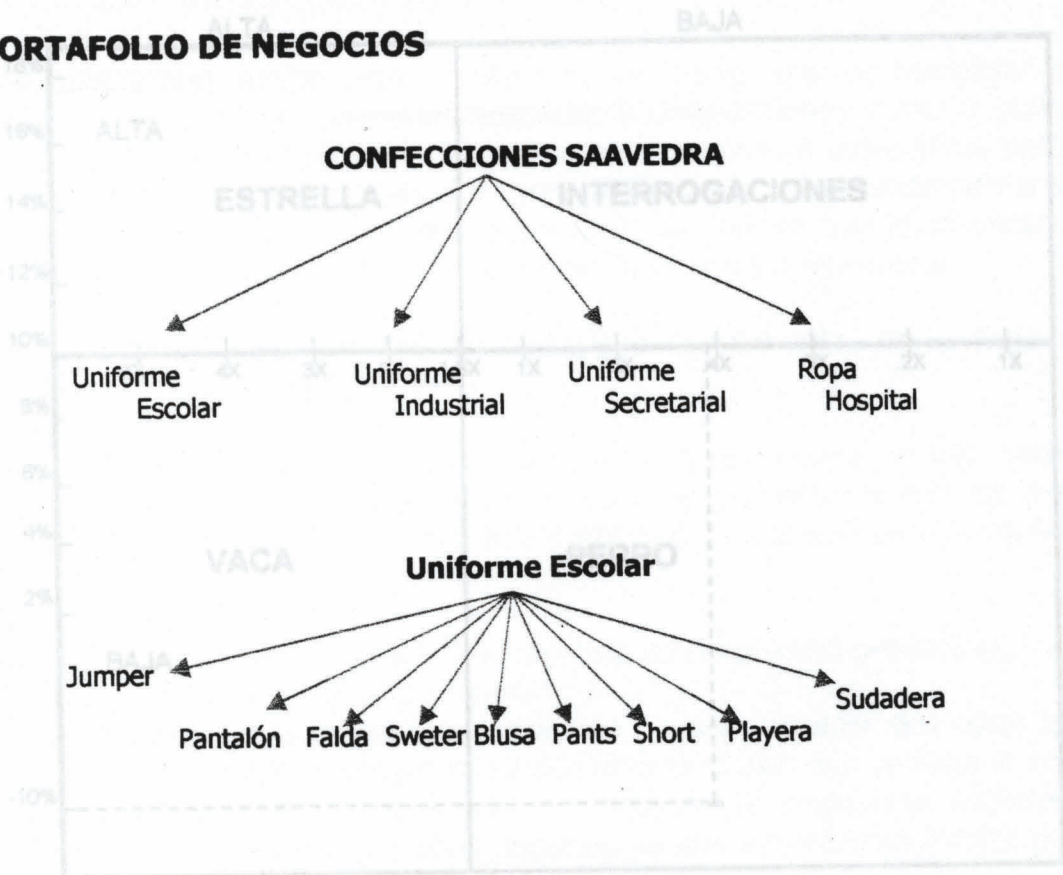
Escolar      Uniforme Industrial      Uniforme Secretarial      Ropa Hospital



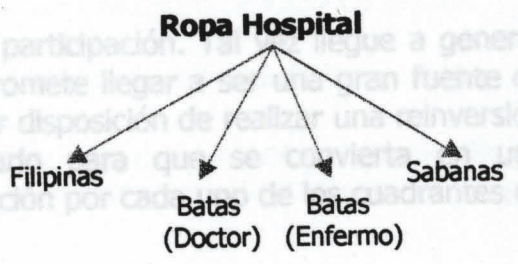
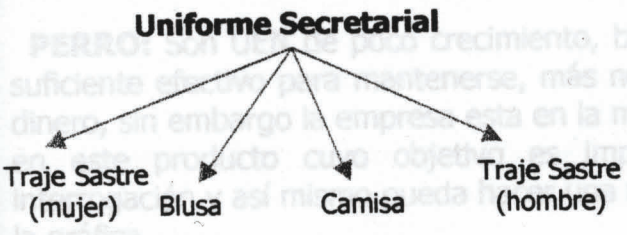


MATRIZ DE CRECIMIENTO - PENETRACIÓN

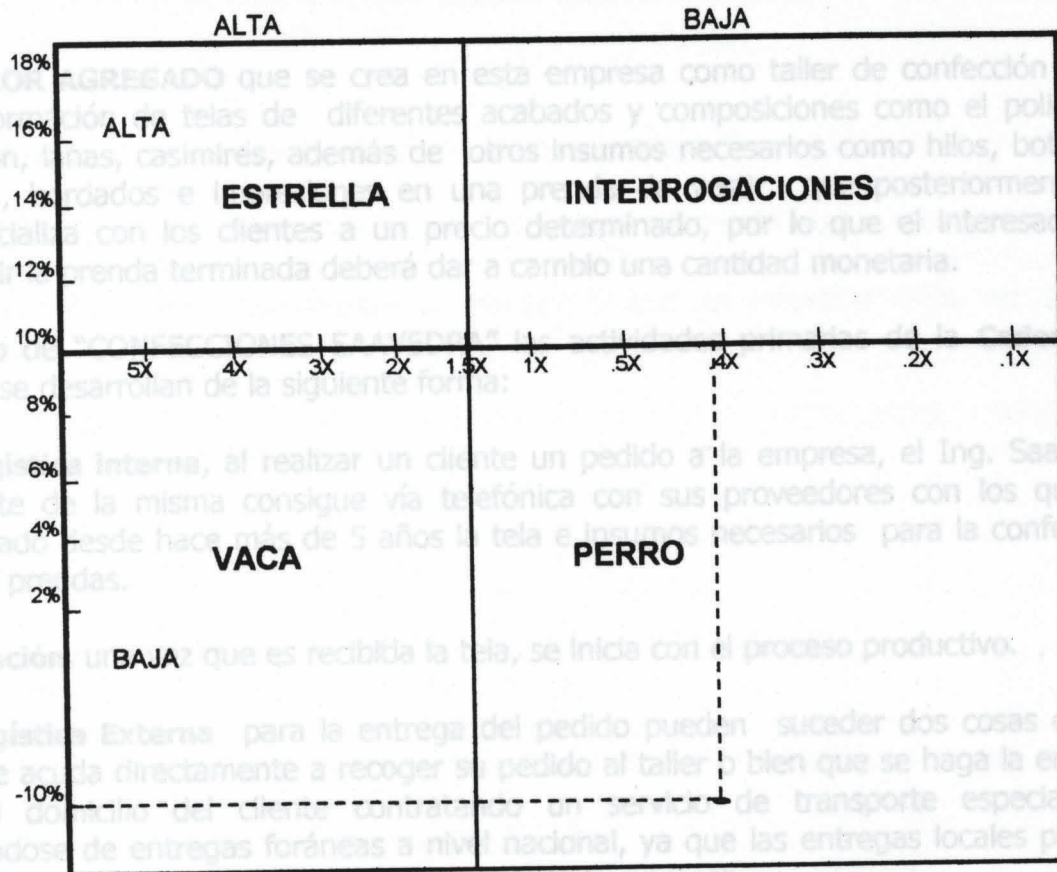
1.3 PORTAFOLIO DE NEGOCIOS



VENTAS  
 \$ 880,000.00      \$ 1,247,000.00      -10%      0.41



1.4 CADENA DE VALOR MATRIZ DE CRECIMIENTO - PENETRACIÓN



VENTAS	VTA COMPETENCIA	TASA	PART.
Unif. Industrial	Unif. Secretarial		
\$ 880,000.00	\$ 1,247,000.00	-10%	0.41

El 80% de sus clientes se encuentran Morelia y el 20% restante dividido en el país.

**PERRO:** Son UEN de poco crecimiento, baja participación. Tal vez llegue a generar suficiente efectivo para mantenerse, más no promete llegar a ser una gran fuente de dinero, sin embargo la empresa esta en la mejor disposición de realizar una reinversión en este producto cuyo objetivo es impulsarlo para que se convierta en una interrogación y así mismo pueda hacer una rotación por cada uno de los cuadrantes de la gráfica.



## 1.4 CADENA DE VALOR Y PROCESOS MEDULARES

El **VALOR AGREGADO** que se crea en esta empresa como taller de confección es la transformación de telas de diferentes acabados y composiciones como el poliéster, algodón, lanas, casimires, además de otros insumos necesarios como hilos, botones, cierres, bordados e impresiones en una prenda de vestir que posteriormente se comercializa con los clientes a un precio determinado, por lo que el interesado en adquirir la prenda terminada deberá dar a cambio una cantidad monetaria.

Dentro de "CONFECCIONES SAAVEDRA" las actividades primarias de la **Cadena de Valor** se desarrollan de la siguiente forma:

La tecnología utilizada en el proceso de producción es semindustrial, interviene la

La **logística interna**, al realizar un cliente un pedido a la empresa, el Ing. Saavedra Gerente de la misma consigue vía telefónica con sus proveedores con los que ha trabajado desde hace más de 5 años la tela e insumos necesarios para la confección de las prendas.

**Operación**, una vez que es recibida la tela, se inicia con el proceso productivo.

La **logística Externa** para la entrega del pedido pueden suceder dos cosas que el cliente acuda directamente a recoger su pedido al taller o bien que se haga la entrega en el domicilio del cliente contratando un servicio de transporte especializado tratándose de entregas foráneas a nivel nacional, ya que las entregas locales pueden ser realizadas en el vehículo con el que cuenta la empresa.

En lo que a **MKT y Ventas** refiere, las ventas son realizadas a través de visitas personales con los clientes potenciales, además constantemente se busca en el Internet licitaciones en la que considera que pudiera ser lo suficientemente competitivo para participar, también cuenta con algunos agentes que trabajan bajo comisión según sus ventas, otra de sus tácticas de venta es en la época de inicio escolar la repartición de propaganda a fuera de las escuelas ofreciendo un % de descuento y Spots en la radió.

En la parte alta, las recamara fueron adaptadas como oficinas y almacén.

El 80% de sus clientes se encuentran Morelia y el 20% restante dividido en el país.

La mecánica de ventas consiste en 50% anticipo y 50% a la entrega de las prendas.

La empresa también cuenta con un **servicio** extra, que consiste en el arreglo de la prenda en una venta realizada en el mercado nacional, cuando el cliente no haya quedado satisfecho con lo obtenido.

1 Ver anexo 1 proceso de producción

2 Ver anexo 1 pedido-pago



Por lo que con todo lo anterior nuestros clientes obtienen un valor, a través de todo el proceso que se sigue para que ellos puedan obtener una prenda ya terminada que les servirá para cubrir sus necesidades.

Dentro de las **Actividades de Apoyo** podemos ver que:

Las actividades de abastecimiento se realizan al momento que surge un pedido en específico, ya que no se cuenta con un inventario de telas, el único inventario que se maneja es el que corresponde a mercería y que es resurtido cada vez que se encuentra un 30% abajo en existencias.

La tecnología utilizada en el proceso de producción es semindustrial, interviene la mano de obra en un alto porcentaje.

Recursos Humanos:

- ✓ La empresa está formada por 3 administrativos y 15 operativos
- ✓ Todos están registrados en el Seguro Social
- ✓ Existen bonos de puntualidad y despensas
- ✓ Se les da entrenamiento a los empleados cuanto se les contrata
- ✓ Se presenta alta rotación de personal
- ✓ Las remuneraciones son de acuerdo al sector
- ✓ En los poblados de Alvaro Obregón y La Mina se les paga a destajo

La infraestructura de la empresa está integrada por una casa habitación de dos pisos ubicada en el centro de la ciudad, tiene una extensión de: 160m<sup>2</sup> la cual está adaptada para las operaciones del negocio. En la planta baja, se encuentra el área de atención a los clientes y el área de producción, la cual está dividida en el área de terminado, el área de costura tiene una extensión de 4\*7, al igual que el área de corte.

En la parte alta, las recamara fueron adaptadas como oficinas y almacén.

Su **Procesos medulares** son: en el proceso de producción<sup>1</sup> y pedido-pago<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Ver anexo 1 proceso de producción

<sup>2</sup> Ver anexo 1 pedido-pago



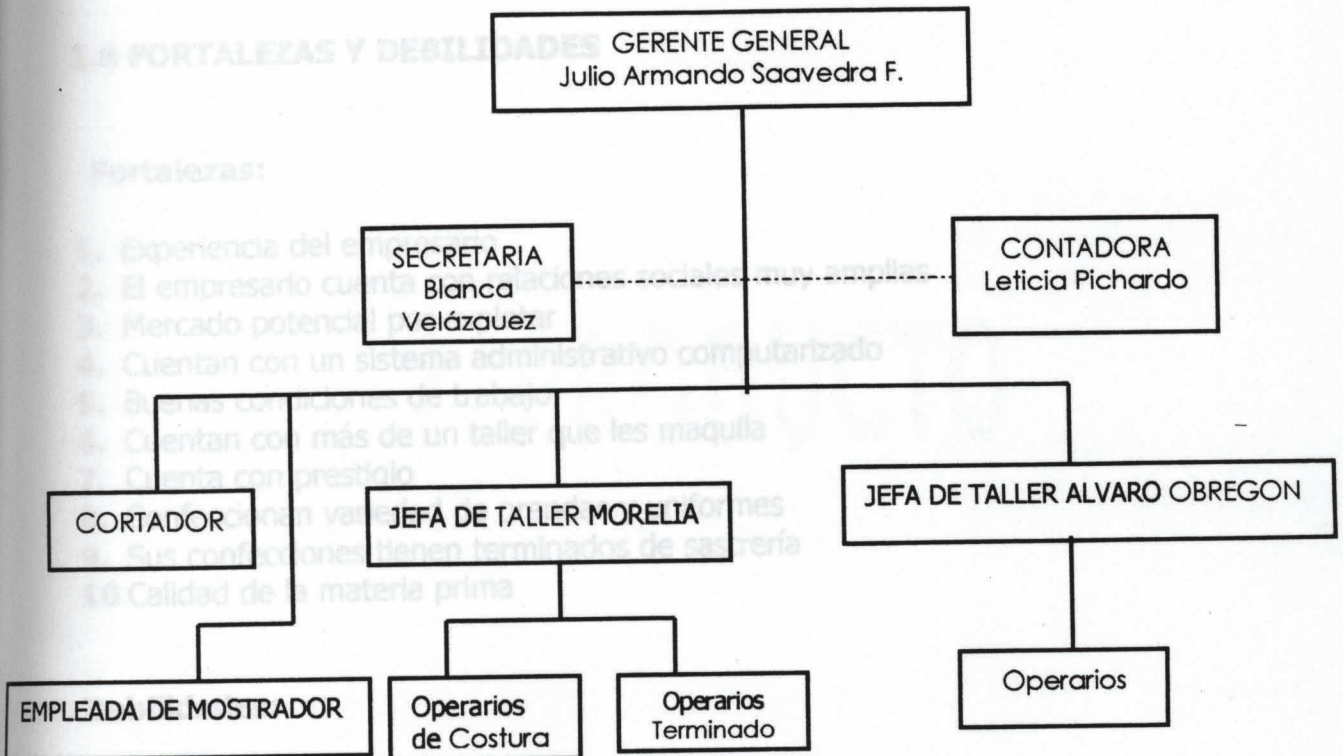
### 1.5 ORGANIZACIÓN ACTUAL Y EQUIPO DIRECTIVO<sup>3</sup>

La empresa Confecciones Saavedra cuenta con personal capacitado y adecuado para el desempeño de las actividades que ahí se realizan, pero si se tiene en mente ampliar el mercado hacia el extranjero esta debería pensar en la posibilidad de contactar una persona especializada en el ramo del Comercio Internacional para que se haga cargo de ese mercado.

### 1.6 FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Fortalezas:

1. Experiencia del empresario
2. El empresario cuenta con relaciones sociales muy amplias
3. Mercado potencialmente muy amplio
4. Cuentan con un sistema administrativo computarizado
5. Buenas condiciones de trabajo
6. Cuentan con más de un taller que les maquina
7. Cuenta con prestigio
8. Sus confecciones tienen terminados de sastrería
9. Calidad de la materia prima



1. Alta rotación de personal
2. Dificultad para encontrar personal con los conocimientos necesarios
3. No se cuenta con un programa de comercialización formal, por lo que no hay una fuerza de ventas
4. El mismo empresario es el que realiza muchas de las actividades
5. La maquinaria con la que se trabaja no es suficiente para trabajar por volúmenes muy altos.
6. No hay manuales de los procesos
7. No hay delegación de funciones
8. Tiempos largos de producción

<sup>3</sup> Ver anexo 2

## Posiciones Clave Vacantes<sup>4</sup>

La empresa Confecciones Saavedra cuenta con personal capacitado y adecuado para el desempeño de las actividades que ahí se realizan, pero si se tiene en mente ampliar mercado hacia el extranjero esta debería pensar en la posibilidad de contactar una persona especializada en el ramo del Comercio Internacional para que se haga cargo de ese mercado.

### 1.6 FORTALEZAS Y DEBILIDADES

#### Fortalezas:

1. Experiencia del empresario
2. El empresario cuenta con relaciones sociales muy amplias
3. Mercado potencial por explotar
4. Cuentan con un sistema administrativo computarizado
5. Buenas condiciones de trabajo
6. Cuentan con más de un taller que les maquila
7. Cuenta con prestigio
8. Confeccionan variedad de prendas y uniformes
9. Sus confecciones tienen terminados de sastrería
10. Calidad de la materia prima

#### Debilidades:

1. Alta rotación de personal
2. Dificultad para encontrar personal con los conocimientos necesarios
3. No se cuenta con un programa de comercialización formal, por lo que no hay una fuerza de ventas
4. El mismo empresario es el que realiza muchas de las actividades
5. La maquinaria con la que se trabaja no es suficiente para trabajar por volúmenes muy altos.
6. No hay manuales de los procesos
7. No hay delegación de funciones
8. Tiempos largos de producción

---

<sup>4</sup> Ver anexo 2



## PRODUCTO

**OVERALL** <sup>2</sup>: Prenda de vestir considerada como uniforme para los empleados que laboran en ciertas empresas y realizan actividades especiales, las cuales requieren el uso de una vestimenta segura y que sea adecuada para llevar a cabo el trabajo.

Tela : Gabardina 100% algodón.

Color: varios.

Tallas: 32...

Cierre: plástico 100% nylon

Costura : 1/4"

Diseño: Delanteros; cuello sport, manga larga libre con bastilla, cierre al frente con doble cremallera, bolsa superior izquierda, pretina a nivel cintura 3/4". Bajos; libre con cierre y bastilla en la parte baja del pantalón. Espalda; resorte en pretina trasera, 2 bolsos traseros de parche.

# 2. PRODUCTO

**PRODUCTO**

**OVERALL** <sup>5</sup>: Prenda de vestir considerada como uniforme para los empleados que laboran en ciertas empresas y realizan actividades especiales, las cuales requieren el uso de una vestimenta segura y que sea adecuada para llevar a cabo el trabajo.

Tela : Gabardina 100% algodón.

Color: varios

Tallas: 32...

Cierre: plástico 100% nylon

Costura : 1/4"

Diseño: Delanteros; cuello sport, manga larga libre con bastilla, cierre al frente con doble cremallera, bolsa superior izquierda, pretina a nivel cintura 3/4". Bajos; libre con cierre y bastilla en la parte baja del pantalón. Espalda; resorte en pretina trasera, 2 bolsas traseras de parche.

	CONCEPTO	
	Blusas y Complementos (accesorios) de vestir, excepto de punto	CAPITULO
62.03	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas(sacos), pantalones largos, con peto, de tirantes o cortos (excepto los de baño), para hombres o niños.	PARTIDA
6203.42	Pantalones largos, con peto, de tirantes, o cortos(excepto de baño) De algodón	SUBPARTIDA

FUENTE: TIG

<sup>5</sup> Ver anexo 3



**2.1 CLASIFICACION ARANCELARIA DEL PRODUCTO DE ACUERDO AL SISTEMA ARMONIZADO (SA); CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL (SCIAN); Y CLASIFICACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR SEGÚN LA REVISIÓN 3 DE LA CLASIFICACIÓN UNIFORME PARA EL COMERCIO INTERNAICIONAL (CUCI O SITC, EN INGLÉS) DE LAS NACIONES UNIDAS.**

**Clasificación Arancelaria Sistema Armonizado (SA)**

CLASIFICACIÓN	CONCEPTO	
XI	MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS	SECCIÓN
62	Prendas y Complementos (accesorios) de vestir, excepto de punto	CAPITULO
62.03	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas(sacos), pantalones largos, con peto, de tirantes o cortos (excepto los de baño), para hombres o niños	PARTIDA
6203.42	Pantalones largos, con peto, de tirantes, o cortos(excepto de baño) <b>De algodón</b>	SUBPARTIDA

FUENTE: TIGI

3 PRINCIPALES PRODUCTOS COMPETIDORES DIRECTOS Y/O  
**Clasificación Industrial(SCIAN)**

SCIAN	SIC	TITULO	No. DE ACUERDO
31 - 33		Industrias Manufactureras	5
315		Fabricación de prendas de vestir	
315211	23	Overall, chamarras, trajes, pantalones corto, pantalones para hombre y niños	

FUENTE: <http://www.tradeport.org>

**Clasificación de Comercio Exterior (CUCI O SITC)**

<b>SITC 8</b>	MISCELLANEUS MANUFACTURED ARTICLES.
<b>SITC 84</b>	Articles of Apparel and Clothing accesories.
<b>SITC 843</b>	Men´s or Boy´s, coats, capes, jackets, suit, blazers, trousers, shirts, etc. (except swimwear or coated apparel), knitted or crocheted textile fabric.
<b>SITC 8432</b>	Suits, ensambles jackets, blazers, trousers, bid, and brace overalls, breeches and shorts, knitted or crocheted textile fabircs, men´s or boy´s
<b>SITC 84324</b>	Trousers, bid and brace overalls, breeches and shorts, knitted or crocheted textile fabrics men´s or boy´s.

FUENTE: <http://www.tradeport.org>



## 2.2 PRINCIPALES PRODUCTOS COMPETIDORES DIRECTOS Y/O INDIRECTOS O SUCEDÁNEOS

### 2.4 NORMAS Y CONTROLES DE CALIDAD<sup>6</sup>

PRODUCTO	NECESIDADES QUE SATISFACEN	PRODUCTO COMPETIDOR DIRECTO	PRODUCTO COMPETIDOR INDIRECTO
Overalls industriales	Vestir con ropa adecuada y segura para trabajar	LOYEP, CANAH, UNICA, La Gaviota, Uniformes de Tampico	Overalls de cualquier marca con las mismas características que se venda en cualquier tienda.

### 2.3 PRINCIPALES TIPOS DE PRODUCTOS Y TIPOS DE MERCADO

TIPO DE MERCADO	MERCADO NACIONAL	MERCADO INTERNACIONAL
CONSUMO		
INDUSTRIAL		
INSTITUCIONAL		
DE REVENTA		

FUENTE: Guía de Exportación Sectorial de Textiles y Prendas de Vestir. México, Bancamex 2000.

<sup>6</sup> Ver anexo 3



## 2.4 NORMAS Y CONTROLES DE CALIDAD<sup>6</sup>

NORMA	DESCRIPCIÓN
Anexo 9073-1	Textiles- Métodos de prueba para telas no tejidas. Parte1:Determinación de la masa por unidad de superficie
Anexo 9073-2	Textiles- Métodos de prueba para telas no tejidas. Parte 2: Determinación del espesor
Anexo 9073-3	Textiles- Métodos de prueba para telas no tejidas. Parte 3: Determinación de la resistencia a la atracción y a la elongación
Anexo 9073-4	Textiles- Métodos de prueba para telas no tejidas. Parte 4: Determinación de la resistencia al desgarramiento
Anexo 9092	Textiles- Telas no tejidas. Definición
Anexo 3635	Designación de las tallas de las prendas de vestir. Definiciones y procedimientos de medición corporal
Anexo 3636	Designación de las tallas de las prendas de vestir. Prendas exteriores para hombres y niños
Anexo 8559	Confección de las prendas y estudios antropométricos. Dimensiones corporales
Anexo 10652	Sistema normalizado de tallas para prendas de vestir
Anexo 105- B01	Textiles- Pruebas de solidez del color. Parte BO1. Solidez del color ante la luz: luz diurna
Anexo 105-C05	Textiles- Pruebas de solidez del color. Parte CO5. Solidez del color durante el lavado. prueba 5
Anexo 105-C06	Textiles- Pruebas de solidez de color. Parte CO6. Solidez del color durante el lavado el lavado doméstico y comercial
Anexo 105-D01	Textiles- Pruebas de solidez del color. Parte DO1. Solidez del color durante la limpieza en seco
Anexo 105-E01	Textiles- Pruebas de solidez del color. Parte EO1. Solidez del color ante la acción del agua
Anexo 105-E04	Textiles- Pruebas de solidez del color. Parte EO4. Solidez del color ante la acción de la transpiración
Anexo 3758	Textiles- Etiquetado para el cuidado con empleo de símbolos
Anexo 7770	Textiles- Método para evaluar la apariencia de las costuras en productos de planchado permanente después del lavado y secado doméstico
Anexo 2403	Textiles- Fibras de algodón. Determinación del valor micronaire
Anexo 4912	Textiles Fibras de algodón. Evaluación de la madurez. Método microscópico
Anexo 4913	Textiles. Fibras de algodón. Determinación de la longitud e índice de uniformidad

FUENTE: Guía de Exportación Sectorial de Textiles y Prendas de Vestir. México, Bancomext 2000.

<sup>6</sup> Ver anexo 3



## 2.5 TECNOLOGIA E INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO COMO HERRAMIENTAS PARA MANTENER VENTAJAS.

La tecnología utilizada dentro de la empresa es el uso de maquinas industriales manuales y especificas para cada operación.

No existe desarrollo de nuevos productos, ya que lo que aquí se fabrica no es ningún producto nuevo, son prendas comunes a las que sólo pueden hacerles arreglos o modificaciones según las especificaciones y necesidades de cada cliente. Además que no se cuenta con un departamento o inversión para el desarrollo de los nuevos productos.

## 2.6 MANTENIMIENTO Y RESPALDO DEL PRODUCTO.

Existe una experiencia total de la empresa hacia las prendas que ahí se confeccionan, puesto que preocupan por la total satisfacción del cliente y consiste en:

- ✓ Cambio de tallas (únicamente mercado local)
- ✓ Arreglos
- ✓ Defectos de hechura
- ✓ Defectos en telas
- ✓ Deficiencia en la calidad de la prenda
- ✓ Servicio y atención al cliente

## 2.7 COSTOS DE FABRICACIÓN O DE ADQUISICIÓN

Concepto	1	2	3
Materia Prima	226,553.47		
Inventario inicial	219,178.90		
Compras netas		445732.37	
Inventario final		445,832.45	
Material Utilizado		-\$100.08	
Labor Directa			
Sueldos y salarios		36,854	
Costo variable			\$36,753.92
Gastos Indirectos			30,434.42
Costo incurrido			67,188.34
Productos en proceso			
Inventario inicial		32,844	
Invetario final		18,000	14,844.00
<b>Costo de Producción</b>			<b>\$82,032.34</b>
# de unidades			1000
<b>Costo Unitario</b>			<b>\$82.03</b>

## **2.8 VALOR PARA EL CLIENTE Y VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PRODUCTO.**

### **Ventajas Competitivas del Producto**

- ✓ Calidad en la hechura de la prenda
- ✓ Servicio (post-venta nacional)
- ✓ Confección de tallas y diseños especiales
- ✓ Precios accesibles de las prendas
- ✓ Las prendas son fabricadas por la misma empresa
- ✓ Respaldo de la empresa hacia sus prendas

### **Ventajas de la Competencia**

- ✓ Tienen capacidad para producir en gran volumen

# 3. SELECCIÓN DEL MERCADO META



### 3.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA O SECTOR TEXTIL EN LOS ÁMBITOS GLOBAL Y DOMÉSTICO Y EN LOS MERCADOS PRESELECCIONADOS.

#### ACCESO A MERCADOS INTERNACIONALES

##### *Panorama General Del Sector A Nivel Internacional*

A nivel internacional se han venido presentando modificaciones en la regulación del comercio en los sectores textil y de la confección, que indudablemente han afectado y van a seguir afectando de manera significativa a las empresas mexicanas, tanto textileras como confeccionistas. Además de dichos cambios en el marco regulatorio, también se han modificado y abierto las opciones de mercados y se contemplan aún mayores oportunidades para abrir nuevos destinos a nuestras exportaciones. Entre los cambios más importantes destacan los siguientes:

## 3. SELECCIÓN DEL MERCADO META

- El Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, así como el Acuerdo de las Américas del Norte, han abierto nuevos mercados para los productos textiles y de confección. En particular, el TLCAN ha permitido el acceso a los mercados de los Estados Unidos y Canadá, que son los principales mercados de destino para las exportaciones de la industria textil y de la confección mexicana.
- La desaceleración de la economía de los EE.UU. para el 2002—esperada desde hace un par de años— va a incidir directamente en la cadena textil, principalmente sobre aquellas empresas confeccionistas, maquiladoras y de paquete completo, cuyo principal mercado es el norteamericano.

Por otra parte, a raíz del ingreso de México al GATT en 1986, que dio lugar a la apertura de la economía mexicana y sobre todo a partir de la firma del TLCAN, las exportaciones de la cadena fibras-textil-confección operan dentro de diversas reglas que conforman un amplio marco regulatorio mundial en la materia, normado dentro de la Organización Mundial del Comercio. Algunos de los convenios más relevantes, los cuales inciden en las relaciones comerciales con nuestros principales socios son:

- La paridad TLCAN que EE.UU. ya concedió a los países miembros de la ICC a partir de octubre del 2000, ha significado la migración de maquiladoras extranjeras establecidas en México hacia Guatemala, Nicaragua, El Salvador y Honduras, así como la cancelación de un gran número de pedidos a las maquiladoras mexicanas.
- El calendario de liberación de cuotas del TLCAN, que salvo las categorías de telas de lana y sus mezclas, a partir del año 2001 va a permitir la entrada de telas de fuera de la región para, una vez convertidas en prendas,

### 3.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA O SECTOR TEXTIL EN LOS AMBITOS GLOBAL Y DOMÉSTICO Y EN LOS MERCADOS PRESELECCIONADOS.

#### ACCESO A MERCADOS INTERNACIONALES

##### Panorama General Del Sector A Nivel Internacional

A nivel internacional se han venido presentando modificaciones en la regulación del comercio en los sectores textil y de la confección, que indudablemente han afectado y van a seguir afectando de manera significativa a las empresas mexicanas, tanto textileras como confeccionistas. Además de dichos cambios en el marco regulatorio, también se han modificado y abierto las opciones de mercados y se contemplan aún mayores oportunidades para abrir nuevos destinos a nuestras exportaciones. Entre los cambios más importantes destacan los siguientes:

- El Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, así como el Acuerdo de las Américas abren grandes oportunidades para aquellos productos textiles y de confección en los que somos altamente competitivos.
- La desaceleración de la economía de los EE.UU. para el 2002—esperada desde hace un par de años— va a incidir de manera directa en la cadena textil, principalmente sobre aquellas empresas confeccionistas, maquiladoras y de paquete completo, cuyo principal mercado es el norteamericano.

Por otra parte, a raíz del ingreso de México al GATT en 1986, que dio lugar a la apertura de la economía mexicana y sobre todo a partir de la firma del TLCAN, las exportaciones de la cadena fibras-textil-confección operan dentro de diversas reglas que conforman un amplio marco regulatorio mundial en la materia, normado dentro de la Organización Mundial del Comercio. Algunos de los convenios más relevantes, los cuales inciden en las relaciones comerciales con nuestros principales socios son:

- La paridad TLCAN que EE.UU. ya concedió a los países miembros de la ICC a partir de octubre del 2000, ha significado la migración de maquiladoras extranjeras establecidas en México hacia Guatemala, Nicaragua, El Salvador y Honduras, así como la cancelación de un gran número de pedidos a las maquiladoras mexicanas.
- El calendario de liberación de cuotas del TLCAN, que salvo las categorías de telas de lana y sus mezclas, a partir del año 2001 va a permitir la entrada de telas de fuera de la región para, una vez convertidas en prendas,



- ingresar al mercado de los EE.UU. sin cuotas pero con aranceles de Nación más Favorecida.
- El desmantelamiento de las cuotas textiles a nivel mundial del antiguo Acuerdo Multifibras (actual Agreement on Textiles and Clothing o ATC) iniciado en 1995 va a eliminar el 50% de las cuotas para el año 2002 y el 100% para el primero de enero del 2005.
- El ingreso de China a la OMC y el posterior otorgamiento del status de Relaciones Comerciales Normales a este país por parte de los EE.UU.. Debido a lo anterior, se espera que la participación de China dentro de las importaciones de textiles y productos confeccionados realizadas por los EE.UU. va a crecer de \$9.2 mmd en 1999 a \$27.5 mmd en el año 2005. Lo anterior significa que su participación pasaría de 12% a 30% en esos mismos años.

### Mercado Domestico

El sector que comprende las industrias de: fibras (naturales, artificiales y sintéticas); textil; vestido; y, otros artículos confeccionados o *Cadena Textil* ha mostrado fuerte competitividad y dinamismo en los últimos años, especialmente a partir del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Este sector ha sido una de las actividades manufactureras que más han crecido en sus exportaciones—a una tasa de casi 13% anual entre 1997 y 2000.

**Cadena Textil** incluye las actividades siguientes:

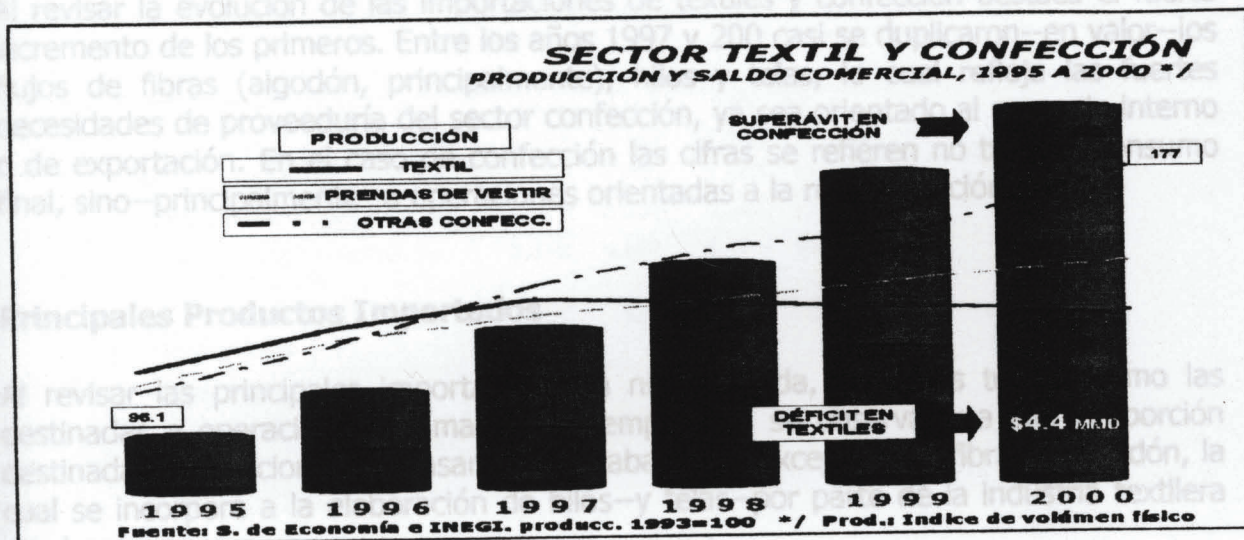
- Fabricación de fibras químicas
- Industria textil de fibras duras y cordelería
- Hilado, tejido y acabado de fibras blandas, excepto de punto
- Fabricación de tejidos de punto
- Prendas de vestir
- Otras confecciones textiles, incluye tapices y alfombras

### Producción y Comercio

En el año 2000 el sector confección presentó un superávit de \$5.6 mmd, mientras que el sector textil registró un déficit de \$4.4 mmd, lo anterior indica—principalmente—el fuerte dinamismo de las actividades de maquila de exportación, así como la insuficiente oferta local de hilados y telas. Por lo que toca a índices de producción, la actividad de fabricación de prendas de vestir y otras confecciones muestran cifras crecientes, mientras que la actividad textil está estancada y desde 1997 tiende a caer.

FUENTE: <http://secretariaeconomia.gob>





## Comercio Exterior

### Importaciones

Por lo que toca a las importaciones de textiles y confección, entre los años 1997 y 2000 éstas han crecido a una tasa media anual mayor a 15 por ciento. El rubro de textiles ha crecido a más del 25 por ciento por año, duplicándose en solamente tres años, siendo el rubro de telas las que más han crecido con 122 por ciento, con una tasa media de crecimiento de 30 por ciento anual.

### Exportaciones

Como se mencionó anteriormente, las exportaciones de la Cadena Textil han mostrado un importante dinamismo en los últimos años. El 83 por ciento de las ventas al exterior en el año 2000 correspondieron a prendas de vestir, lo que muestra una estructura relativa tiende cada vez más a especializarse en las ventas de prendas de vestir.

### IMPORTACIONES DE TEXTILES Y CONFECCIÓN 1997 A 2000

INCLUYE MAQUILA - MILL. DE DÓLARES

Descripción	1997	%	1998	1999	2000	%	TMCA 1997 a 2000
<b>Importaciones Totales</b>	<b>6,557</b>	<b>100%</b>	<b>7,835</b>	<b>8,904</b>	<b>10,041</b>	<b>100%</b>	<b>15%</b>
<b>Textiles</b>	<b>3,222</b>	<b>49%</b>	<b>4,056</b>	<b>5,200</b>	<b>6,345</b>	<b>63%</b>	<b>25%</b>
- Fibras	606	9%	791	568	764	8%	8%
- Hilos	424	6%	469	595	720	7%	19%
- Tejidos	2,191	33%	2,795	4,037	4,861	48%	30%
<b>Confección</b>	<b>3,335</b>	<b>51%</b>	<b>3,778</b>	<b>3,704</b>	<b>3,696</b>	<b>37%</b>	<b>3%</b>
- Confección con Tejido de Punto	1,367	21%	1,548	1,726	1,896	19%	12%
- Confección con Tejido Plano	1,842	28%	2,077	1,791	1,576	16%	-5%
- Otras confecciones	127	2%	154	187	224	2%	21%

Fuente: Secretaría de Economía. WTA



Al revisar la evolución de las importaciones de textiles y confección destaca el fuerte incremento de los primeros. Entre los años 1997 y 200 casi se duplicaron--en valor--los flujos de fibras (algodón, principalmente), hilos y telas, lo cual refleja las fuertes necesidades de proveeduría del sector confección, ya sea orientado al mercado interno o de exportación. En el caso de confección las cifras se refieren no tanto a consumo final, sino--principalmente--a operaciones orientadas a la re-exportación.

### Principales Productos Importados

Al revisar las principales importaciones a nivel partida, tanto las totales como las destinadas a operaciones de maquila y temporales, se observa una alta proporción destinada a operaciones de ensamble y acabado. La excepción es fibra de algodón, la cual se incorpora a la elaboración de hilos--y telas--por parte de la industria textilera mexicana.

### PRINCIPALES IMPORTACIONES DE TEXTILES Y CONFECCIÓN, INLCUYE MAQUILA -MILLONES DE DÓLARES-

DESCRIPCIÓN	IMPORTACIONES TOTALES					Acum	IMP. MAQUILA + TEMP			
	1998	1999	2000	%	1998		1999	2000	Maq + Temp	
Partida TOTALES	\$7,835	\$8,904	\$10,041			\$5,883	\$6,996	\$7,689		
<b>6203 Patalones, pant. Corto, hombre/niño</b>	<b>557</b>	<b>428</b>	<b>341</b>	<b>3%</b>	<b>45%</b>	<b>439</b>	<b>357</b>	<b>292</b>	<b>86%</b>	

FUENTE: Secretaría de Economía, WTA.

### Exportaciones

Como se mencionó anteriormente, las exportaciones de la Cadena Textil han mostrado un importante dinamismo en los últimos años. El 83 por ciento de las ventas al exterior en el año 2000 corresponden a confecciones y el 17 por ciento restante a textiles. La estructura relativa tiende cada vez mas a especializarse en las ventas de confecciones, las cuales registran un crecimiento de casi 14 por ciento por año. Así, en cada uno de los últimos dos años se han incrementado las ventas de confección en mil millones de dólares. Por valor también destacan en forma importante las exportaciones de bienes elaborados con filamentos textiles, correspondientes al capítulo 54 del Sistema Armonizado, los cuales duplicaron sus ventas al exterior en solamente dos años.

FUENTE: <http://www.secretariaeconomia.gob>



## EXPORTACIONES DE TEXTILES Y CONFECCION, 1998 A 2000

-MILLONES DE DÓLARES-

SA	DESCRIPCIÓN	1998	1999	2000	TMCA
	<b>TOTALES</b>	<b>8,788</b>	<b>10,163</b>	<b>11,288</b>	<b>13.30%</b>
	SUMA TEXTILES(cap. 50 a 60)	1,577	1,660	1,943	11.00%
	SUMA CONFECC (cap. 61 a 63)	7,211	8,504	9,344	13.90%
<b>62</b>	<b>Prendas y Complementos de Vestir, Tejido plano</b>	<b>3,970</b>	<b>4,487</b>	<b>5,171</b>	<b>14.10%</b>
<b>63</b>	<b>Los demás Artículos Textiles Confeccionados</b>	<b>807</b>	<b>950</b>	<b>917</b>	<b>6.80%</b>

FUENTE: Secretaría de Economía, WTA.

### Evolución de las Exportaciones de Confección

En cuanto a la composición de las exportaciones, cabe resaltar la evolución que han tenido las ventas de productos de confección de no-maquila, es decir aquellos en que la tela—nacional o de importación—es cortada por el exportador así como elaborada la prenda. Lo anterior da lugar a una mayor derrama económica así como especialización en actividades de mayor valor agregado por parte de los exportadores.

En el año 2000 las actividades de no-maquila alcanzaron casi \$2.9 mmd, lo cual rebasa en más de mil millones de dólares lo que exportó en su conjunto el sector de confección durante 1994.



FUENTE: <http://www.sectoreconomia.gub>



## Empresas Exportadoras y Estructura de Exportaciones

Al realizar una clasificación del tamaño de las exportadoras, exclusivamente para fines de estudio, se puede observar que en el año 1998 las exportadoras medianas y grandes de confección representaban más de cinco veces el número de las exportadoras de textiles. Lo anterior es solamente un dato a destacar, sin tener evidencia de por qué existe tal proporción. En términos especulativos se puede estimar como un buen síntoma aquellos casos en que las empresas textiles prefieran exportar sus bienes en productos terminados a través de las confeccionistas.



Durante 1999 el 84 por ciento de las exportaciones de la *Cadena Textil* correspondió a confección y 16 por ciento a textiles. Del total exportado, el 59 por ciento correspondió a exportaciones de confección de maquila. De los \$10.2 miles de millones de dólares (mmd) exportados ese año, el 32 por ciento correspondió a ventas al exterior de ropa elaborada con telas planas.

# ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES, 1999 1/

- miles de millones USD -

**EXPORTACIONES**  
**\$10.2**

**TEXTILES**  
**16%, \$1.7**

**CONFECCIÓN**  
**84%, \$8.5**

**MAQUILA**  
**4%, \$0.4**

**NO-MAQUILA**  
**12%, \$1.3**

**MAQUILA**  
**59%, \$6.1**

**NO-MAQUILA**  
**25%, \$2.4**

**PUNTO**  
**21%, \$2.1**

**PLANO**  
**32%, \$3.2**

**OTRAS**  
**7%, \$0.7**

**PUNTO**  
**10%, \$1.0**

**PLANO**  
**12%, \$1.2**

**OTRAS**  
**2%, \$0.2**

**LOCAL**  
**21%, \$2.1**

**INVERSIÓN EXTRANJERA**  
**39%, \$3.9**

MILLONES US DOL.

**TEJIDO DE PUNTO**

- Camisetas de algodón
- Sueteres de fibras sintéticas y artificiales
- Camisetas no de algodón
- Bolsas p/mujer o niña de punto de algodón

**TEJIDO PLANO**

- Pantalones y pantalones
- Sostenes (brassiere)
- Prendas confeccionadas con telas no tejidas
- Pantalones y pantal-cortos de telas sintéticas s/h

**OTRAS CONFECCIONES**

- Art. de maillots y lycra de punto
- Cinturas de tela maillots lycra
- Sueteres y prendas de punto con lycra
- Ropa de punto o lycra de maquila

**TOTAL DE EXPORTACIONES**

TOTAL DE EXPORTACIONES	49.3	15.4
T. PUNTO	53.3	16.9
T. PLANO	55.2	15.3
OTRAS CONF.	30.9	11.5

Fuente: Elaborado con base en SE, BIS, y WTA. 1/ Estimaciones con base en IED y maquila, 1997 y 1998.

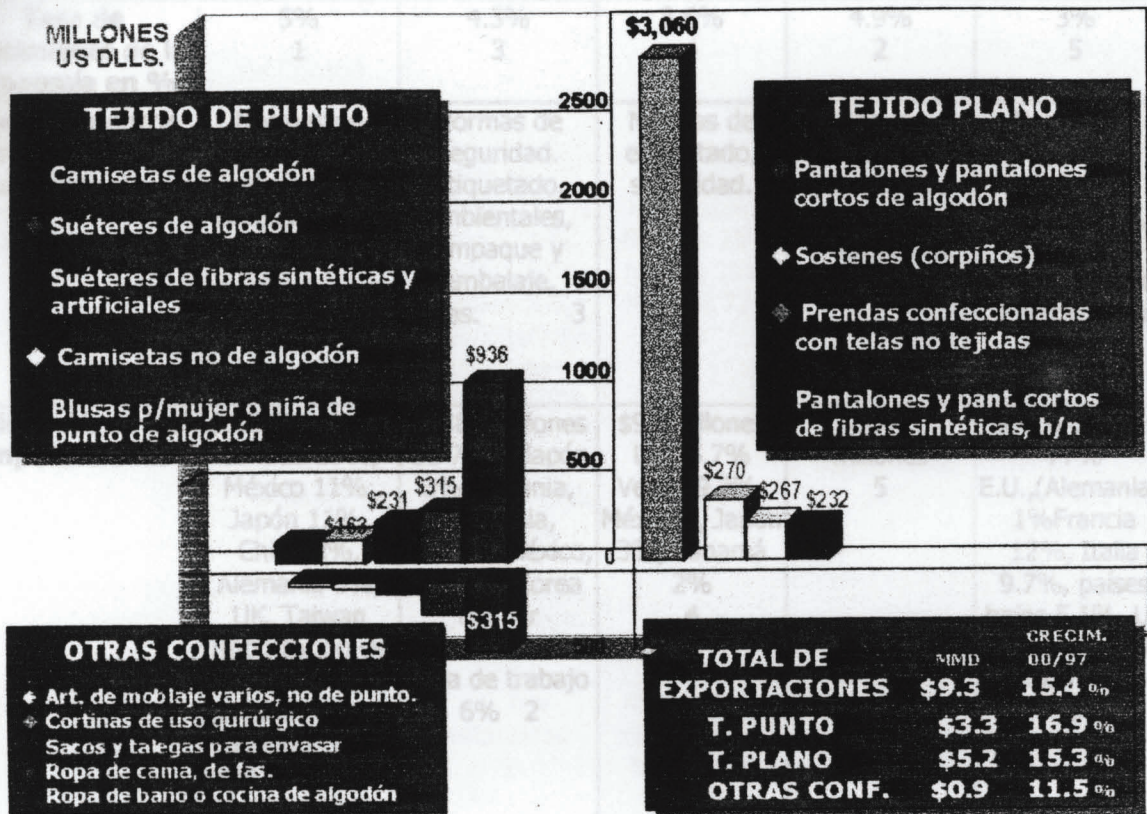
Fuente: SE, WTA. INCLUYE MAQUILA



## Principales Productos Exportados

Hacia el año 2000 las exportaciones de confección ascendieron a \$9.3 mmd, de las cuales los pantalones de algodón (mezclilla, principalmente) representaron la tercera parte, seguidos de camisetas de algodón, suéteres de algodón y sostenes (brassiere). Así, se observa una fuerte concentración de nuestras actividades de exportación, con solamente cuatro productos básicos que representan el 50 por ciento de las ventas al exterior.

### CONFECCIÓN: PRINCIPALES EXPORTACIONES, 2000



Fuente: SE. WTA. INCLUYE MAQUILA

Tamaño y tendencias del mercado en general	5%	4.3%	3.6%	4.9%	3%
Tratados comerciales	NAFTA, APEC	NAFTA, APEC	CARICOM	asociado a la Com Europeas	



### 3.2 SELECCIÓN DEL MERCADO META

PARÁMETROS DE SEGMENTACION	PAISES				
	E.U. 1	CANADA 2	REP. DOMINIC. 3	ISLAS CAIMAN 5	SUIZA 5
<b>EXTERNOS</b>					
<b>No. De empresas</b>	11.195.123 1	2.024.508 2	19000 3	5	5
<b>PIB</b>	\$9.963 USD trillones 1	\$774.7 USD billones 2	\$48.3 USD billones 4	\$930 USD millones 5	\$ 207 USD Billones 3
<b>Producto Nacional Bruto</b>	\$36.200 millones 1	\$24.800 millones 3	\$5.700 millones 5	\$24.500 millones 4	\$28.600 millones 2
<b>Tasa de crecimiento de la economía en %</b>	5% 1	4.3% 3	3.6% 4	4.9% 2	3% 5
<b>Requerimientos normativos para el producto</b>	Normas de seguridad, etiquetado, ambientales y tallas 2	Normas de seguridad. Etiquetado, ambientales, empaque y embalaje, tallas. 3	Normas de etiquetado, seguridad. 1	Normas seguridad, etiquetado, tallas, ambientales. 2	Normas de seguridad, etiquetado, ambientales, empaque y embalaje, tallas y certificación ISO 5
<b>Valor y % de las Importaciones</b>	\$1.223 trillones Canadá 19%, México 11%, Japón 11%, China 8%, Alemania 5%, UK, Taiwan Importación de pantalones, pantalón corto y pantalón con peto de algodón \$4.470 millones 1	\$238.2 billones US 76%, Japón 3%. Ucrania, Alemania, Francia, México, Taiwan, Corea del sur importación de ropa de trabajo 6% 2	\$9.6 billones US 25.7% Venez 9.2%, Méx 4%, Japón 3%, Panamá 2% 4	\$507.6 millones 5	\$91.6 billones 77% E.U.,(Alemania 3 1%Francia 12%, Italia 9.7%, países bajos 5.1%, UK 5.7%) US 7.1%, Japón 2.9% 3
<b>Tamaño y tendencias del mercado en general</b>	5% 1	4.3% 3	3.6% 4	4.9% 2	3% 5
<b>Tratados comerciales</b>	NAFTA, APEC 1	NAFTA, APEC 2	CARICOM 3	asociado a la Com Europea	5



<b>Obstáculos a las Importaciones</b>	(libre de arancel) proteccionismo al mercado nacional 1	Arancel 6.5% a las importaciones para México, limite de import. 2	5	5	MFN CHF/100kg 225.50 GSP CH F/100kg gross 111.75 4
<b>Intensidad de la competencia</b>	60% mercado local y 38% importaciones de Canadá, México, Caribe, Asia 1	E.U. Y países de la cuenca del pacífico 75.2% 2	E.U. 54.1% 3	5	5
<b>Intensidad de la competencia</b>	60% mercado local y 38% importaciones de Canadá, México, Caribe, Asia 1	E.U. Y países de la cuenca del pacífico 75.2% 2	E.U. 54.1% 3	5	5
<b>Afinidad Cultural (idioma, Religión, etc.)</b>	Inglés, Español (hablado por una minoría) 56% Protestante, 28% Católica, 2% Judía, 4% otra, 10% ninguna, 83.5% Blancos, 12.45% Negros, 3.3% Asiáticos e Indios 2	Inglés 59.3%, Francés 23.3%, otro 17.5%, Católica 42%, Protestante 40%, otra 18%, de origen Británico 28%, origen Francés 23%, otros Europeos 15%, Asiáticos, Árabes, Africanos 6% mezclas 26% 3	Español, 95% Católica, Blancos 16%, Negros 11%, Mulatos 73% 1	Inglés Presbiterianos Bautistas, Católica, Iglesia de Dios, Protestante, mezclas 40%, blancos 20%, negros 20%, expatriados 20% 4	Alemán, Francés, Italiano, 47.6% Católico, 14.3% Protestante, 2.2% Musulmanes, 3% Judíos, 1% otros, Alemanes 65%, Franceses 18% Italianos 10%, Romanos 1% 5
<b>Estabilidad Social y Política</b>	Recesión económica moderada e inestabilidad política y social por los acontecimientos terroristas 5	si hay estabilidad 1	Alto grado de inmigración de la población hacia E.U. 2	si hay estabilidad 1	si hay estabilidad 1
<b>Distancia Geográfica</b>	3,326 km 1	4,024 km 2	3,605 km 3	5	5

NOTA: La Selección de países se realizó en base al país que obtuviera menor puntaje de riesgo, siempre que sea compatible con el comercio al por mayor a largo plazo.



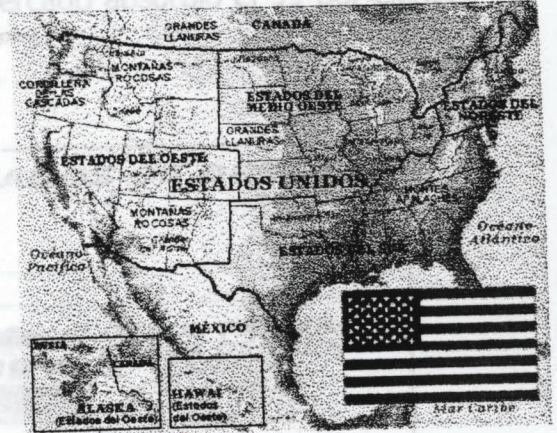
<b>Ferias Especializadas</b>	Magic International Las Vegas. Nev., Apparel Show of the Americas Miami, Flo., Bobbin Show Atlanta, Gerg., Southeastern men's Market Atlanta, Gerg. The super Show Atlanta, Gerg. 1	3	4	5	Fair of souvenirs, Gifts, textiles and cosmetics. Lausanne, Swiss Sports and Fashion fair. Ben, Swiss. 2
<b>Apoyo Institucional de su país en el país destino</b>	Consejerías de Bancomext en Atlanta, Chicago, Dallas, Detroit, Los Angeles, Miami, Nueva York, San Antonio y Modulos comerciales en Houston y Seattle 1	Consejerías Bancomext en Monteral, Toronto y Vancover 2	Consejería Bancomext en Rep. Dominicana 3	5	5
<b>Facilidad de Distribución del Producto</b>	Subcontratista Broker Importadores Directos 1	Subcontratista Broker Importadores Directos 1	Subcontratista Broker Importadores Directos 1	Subcontratista Broker Importadores Directos 5	Subcontratista Broker Importadores Directos 4
<b>Familiaridad del consumidor con el Producto</b>	Amplia 1	Amplia 1	Amplia 1	Amplia 1	Amplia 1
<b>TOTAL PUNTOS</b>	<b>24</b>	<b>39</b>	<b>54</b>	<b>70</b>	<b>70</b>

**NOTA:** La Selección del mercado se realizó en base al país que obtuviera menor número de puntos, puesto que será considerado con el mercado al cual vamos a enfocar nuestras exportaciones, obteniendo como resultado **ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA.**

FUENTE: <http://www.ciafactbook>



### 3.3 ASPECTOS CUALITATIVOS DEL MERCADO. CARACTERÍSTICAS Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO. PRÁCTICAS COMERCIALES Y SITUACIÓN GENERAL DE PRECIOS, CANALES Y PROMOCIÓN.



#### características

**Nombre Oficial:** Estados Unidos de Norteamérica

**Capital:** Washington, D.C.

**Localización:** En el continente Americano, entre Canadá y México

**Superficie:** 9,363,520 km<sup>2</sup>

**División administrativa:** 50 Estados y un Distrito de Columbia

**Áreas dependientes:** 14 áreas

**Tipo de Gobierno:** Republicano Federal

**Presidente:** George W. Bush.

**Fiesta Nacional:** 4 de Julio 1776

**Fuerzas Armadas:** 1,547,300

**Población:** 276,219,000

**Religión:** Protestante, Negros, Asiáticos, Indioamericanos, Latinos

**Idioma oficial:** Inglés

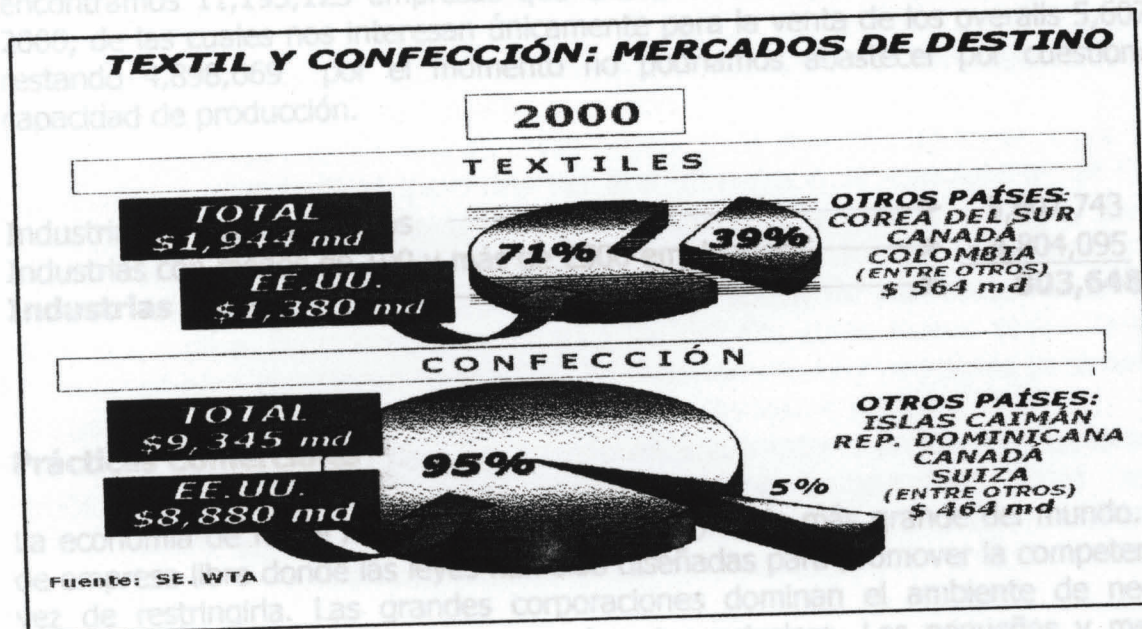
**Moneda:** Dólar estadounidense

**Tipo de Cambio:** \$ 10/ 1dll

FUENTE: Encarta 2000



Existe una fuerte concentración en las exportaciones de la Cadena Textil. En el año 2000 el 71 por ciento de las ventas al exterior de textiles se dirigió al mercado de los EE.UU., mientras que en el caso de confección ese mercado absorbió el 95 por ciento de las exportaciones mexicanas



### Mercado de Importación de los EE.UU.

El mercado de los EE.UU. es el principal mercado nacional del mundo. Según datos del Departamento de Comercio de los EE.UU., durante el año 2000 ese país importó más de \$76 mil millones de dólares, de los cuales \$60,200 correspondieron a confecciones. Aún más, del año 1999 al 2000 el crecimiento de sus compras del exterior fue de casi 13 por ciento. Dado lo anterior se explica la fuerte competencia por entrar a dicho mercado, en el cual México participó en el año 2000 con 13.5 por ciento, en valor, y los países del CBI (Iniciativa de la Cuenca del Caribe) con 12.8 por ciento.

FUENTE: <http://www.secretariaeconomia.gob>



dominaron la fuerza del trabajo de los Estados Unidos, ahora son minoría se espera que disminuya en el futuro.

Lo más valioso en las organizaciones norteamericanas que la figura del CEO, o Oficial también puede ser el Presidente de la mesa directiva, el CEO tiene el poder, status y habilidad para realizar decisiones diarias de gran

**Segmentación del Mercado**

Para realizar la segmentación del mercado buscamos dentro de los Estados Unidos el numero total de empresas que ahí se ubican, ya que este será el mercado al cual nos vemos a dirigir para la comercialización de los uniformes industriales, por lo que encontramos 11,195,123 empresas que existen en ese país según el censo del año 2000, de las cuales nos interesan únicamente para la venta de los overalls 5,607,743, restando 4,898,669 por el momento no podríamos abastecer por cuestiones de capacidad de producción.

Los negocios de los Estados Unidos están organizados por los Estados en lugar de ser organizados a nivel Federal, pero una vez que un negocio se establece es un Estado,

Industrias en Estados Unidos	→	5,607,743
Industrias con menos de 100 y más de 2500 empleados	→	- 4,804,095
<b>Industrias meta</b>	→	<b>803,648</b>

impuestos y otras consideraciones hacen a los Estados como Nueva York y Delaware los favoritos para establecer compañías. En Delaware no hay necesidad para nadie de los que realizan una compañía de ser ciudadanos norteamericanos.

**Prácticas Comerciales**

para los inversionistas extranjeros en los Estados Unidos (a menos que se trate de razones relacionadas con la seguridad como defensa,

La economía de Norte América (Estados Unidos) es la más grande del mundo. Existe de empresa libre donde las leyes han sido diseñadas para promover la competencia en vez de restringirla. Las grandes corporaciones dominan el ambiente de negocios, particularmente en la manufactura y el sector petrolero. Las pequeñas y medianas empresas predominan en el servicio, renta e industria de la construcción.

Los Norteamericanos tienen a hacer negocios de manera muy seria comparados con el resto del mundo. Los hombres de negocios de los Estados Unidos en particular se ven a si mismos como "Profesionales" - individuos técnicamente productivos con la habilidad de sacar el trabajo adelante.

Tienden a tener conocimientos en las últimas ideas y técnicas de negociación. Cualquiera que planea hacer negocios con los norteamericanos de calidad total, servicio al cliente, el mejoramiento y administración participativa (dar a los empleados más poder para participar en la toma de decisiones). En los Estados Unidos, los Gurús (expertos) en administración como Peter Drucker, W. Edwards Deming, Joe Juran y Tom Peters influyen fuertemente en el pensamiento del hombre de negocios.

Las ideas acerca del comportamiento de los negociadores norteamericanos son particularmente peligrosas debido a la enorme heterogeneidad en los antecedentes de los negociadores mismos. El comportamiento de un negociador en Manhattan pueden ser muy diferente al comportamiento de un negociador de Jackson, Mississippi. El género, la raza y la mezcla étnica en la fuerza de trabajo de los Estados Unidos en el año 2000, existen aumentos significantes en la población hispana y asiática, y grandes números de inmigrantes entran al país. Los Hombres caucásicos, que alguna vez



dominaron la fuerza del trabajo de los Estados Unidos, ahora son minoría se espera que disminuya en el futuro.

Lo más valioso en las organizaciones norteamericanas que la figura del CEO, o Oficial Ejecutivo en jefe. Esta persona también puede ser el Presidente de la mesa directiva, el CEO tiene el poder, status y habilidad para realizar decisiones diarias de gran impacto para la compañía. El oficial operativo en Jefe o CEO, quien también puede ser el presidente, tiene importantes responsabilidades estratégicas.

Los empleados son despedidos rutinariamente de manera individual o colectiva por razones económicas o de desempeño. Una escena temida por un empleado estadounidense es llamado a la oficina del jefe un viernes por la tarde, para ser despedido y para que le pidan que desocupe su escritorio inmediatamente para después ser acompañado hasta fuera del edificio.

Los negocios de los Estados Unidos están organizados por los Estados en lugar de ser organizados a nivel Federal, pero una vez que un negocio se establece es un Estado, puede operar en cualquiera de los otros cuarenta y nueve Estados, Lo más recomendable es establecer una compañía en el Estado donde vaya a realizar más negocios. De cualquier manera, la incorporación liberal de las leyes, los cortes de impuestos y otras consideraciones hacen a los Estados como Nueva York y Delaware los favoritos para establecer compañías. En Delaware no hay necesidad para nadie de los que realicen una compañía de ser ciudadanos Norteamericanos.

Casi no existen problemas para los inversionistas extranjeros en los Estados Unidos (a menos que se trate de razones relacionadas con la seguridad como defensa, comunicaciones y la industria de aerolíneas). De hecho, una compañía Francesa tiene el mismo status si se establece en Delaware o en Ohio.

## **Factores Culturales que afecta la negociación en Norteamérica**

### **Uso del Tiempo**

En los Estados Unidos cuando se realiza una negociación a través del teléfono, en una oficina, o en alguna comida de negocios, se debe hacer énfasis en poner el contenido de la negociación lo más eficientemente posible. No hay que sorprenderse si las decisiones finales se retrasan por algún análisis detallado de finanzas, planeación estratégica, legal o de algún otro asunto de interés para los administradores. Esta revisión que es lenta y exhaustiva es llamada como en "análisis de parálisis". Los análisis financieros pueden tomar desde uno hasta cinco años y son muy comunes.

Existe aún con más frecuencia un énfasis en las ganancias a corto plazo sobre el crecimiento a largo plazo. Muchos inversionistas demandan ganancias rápidas.

El lenguaje Inglés es utilizado por los norteamericanos con muchas expresiones informales que hacen que sea difícil entenderlos. Cada región de los Estados Unidos, tiene sus propias formas de expresión. Es necesario asegurarse y preguntar por una aclaración si no se entiende lo que se está diciendo.



## Individualismo Contra Colectivismo

El individualismo es algo valioso en Norteamérica. Sin que exista aristocracia en los Estados Unidos, una persona se gana su status social a la larga a través de la competencia individual que lleva al éxito en los negocios. Aunque los compromisos familiares y los intereses externos son muy comunes, la preocupación por el éxito en los negocios es común, particularmente en los Estados Unidos. La competencia feroz entre los ejecutivos de Nueva York tipifica esta preocupación. Las negociaciones de equipo, es decir, de siete o más individuos, son muy poco comunes, a menos que la negociación sea muy compleja y crítica para el triunfo de la compañía. Aún si la negociación requiere de varios miembros de la compañía, solo uno o dos son los que realizan las decisiones clave y son el foco de atención. Este o estos dos integrantes de la compañía generalmente "llaman a las oportunidades"; es decir, tienen la autoridad para tomar las decisiones que pueden consumir un trato de negocios. Se debe tener cuidado mientras muchas de las compañías de Estados Unidos intentan encontrar maneras para involucrar a los trabajadores en decisiones clave a través de técnicas de administración participativa, cualquier involucramiento normalmente impacta las decisiones operacionales en lugar de impactar a las negociaciones.

## Sentido de Orden y Conformidad

Existe una baja necesidad de sentido de orden y conformidad en las organizaciones Norteamericanas comparadas con aquellas otras regiones del mundo. Se pone más énfasis en el contenido que en la forma de la negociación. El Como se realice el negocio tiene menos énfasis que hacer el negocio eficientemente. Los negociadores de Estados Unidos, algunas veces dicen, por ejemplo, " No hay que perder el tiempo en ceremonias - vayamos al punto".

Los Norteamericanos son generalmente muy informales en sus tratos de negocios. El uso de los nombres en los negocios caracteriza la informalidad Norteamericana (por ejemplo, utilizan sólo tu nombre para referirse a ti, si te llamas John Wilson, te llamarán solamente John, y no Mr. Wilson).

## Comunicación Verbal

La comunicación verbal norteamericana es abierta y directa. Esto significa que muy probable que un negociador estadounidense diga: " Lo siento, no puede aceptar su oferta". Si tu contraparte norteamericana no acepta hacer más concesiones, te dirá " Esto es lo máximo que puedes llegar- nuestra oferta final".

El lenguaje Inglés es utilizado por los norteamericanos con muchas expresiones informales que hacen que sea difícil entenderlos. Cada región de los Estados Unidos, tiene sus propias formas de expresión. Es necesario asegurarse y preguntar por una aclaración si no se entiende lo que se está diciendo.



Se evita el silencio en la conversación , y las interrupciones son comunes. No hay que sorprenderse o tomarlo a título personal si un negociador norteamericano particularmente de los Estados Unidos, termina las oraciones por ti si uno habla de manera insegura.

### Comunicación no Verbal

A los norteamericanos le gusta tener más espacio en sus vidas organizativas que los individuos en otras regiones del mundo. Es clásico mantener una distancia de 3 pies( casi un metro) entre la gente en situaciones de negocios. Existe muy poco contacto físico. Los apretones de mano son usualmente breves pero firmes.

Raramente se verá a dos hombres de negocios norteamericanos abrazandose uno al otro cuando se saludan o se despiden.

Algunos de los ejecutivos norteamericanos son conocidos como "golpea espaldas", que son aquellos que le dan una palmadita en la espalda para mostrar camaradería o aprecio. Aunque este gesto es breve y no apreciado por muchos.

### Las Negociaciones en Norteamérica

Los norteamericanos acostumbran al cerrar un trato con algún proveedor o cliente a firmar un contrato compromiso de compra venta el cual debe ser firmado por las dos partes, demás de ser el CIF su técnica de negociación más usual.

Ritmo de negociaciones	Rápido
Estrategias de negocios	Ofertas iniciales o establecimiento de demandas iniciales importantes
Enfasis en relaciones personales	Muy poco
Aspectos emocionales	Moderado
Toma de decisiones	Consejo grupal
<b>Factores contractuales y administrativos</b>	
Necesidad de un representante	Baja
Grado de especificidad de contrato	Alto
Grado de papeleo o burocracia	moderado
Necesidad de una agenda	Alto

FUENTE: How to negotiate anything with anyone anywhere around the world, AMACON.

### Situación General de Precios

1998 EUA IMPORTACIONES POR VOLUMEN (DlIs)					
SUBPARTIDA	CANTIDAD	PRECIO MEDIO UNITARIO			
		UNIDAD	MUNDO	MÉXICO	LIDER
6203.42	46.971.057	DOC	85.13	93.66	93.66

FUENTE: Estudios y perfiles de mercado, Bancomext 2000. Estados Unidos.



## Canal de Distribución

Los canales de comercialización más usuales y su importancia dentro del mercado de Norteamérica para las prendas de vestir en orden de importancia son:

- Tiendas de descuento
- Tiendas departamentales
- Tiendas especializadas
- Cadenas de tiendas
- Venta directa por correo e Internet
- Tiendas de saldos

Es importante señalar que debido a la complejidad de la logística de las importaciones, y a la problemática de la administración de trabajar con varios proveedores internacionales, las cadenas de tiendas en general prefieren utilizar a empresas independientes para que sean ellas las que realicen las operaciones de importación y les entreguen en bodega el producto solicitado. Las principales firmas tanto en EE.UU. como en Canadá que desempeñan esta función son, agentes, distribuidores, representantes, corredores especializados (jobber), el broker, y recientemente se han incorporado a esta lista las oficinas de servicios de compra (buying services), y tiendas de saldos y/o inventarios (factory outlets). Este último intermediario se refiere a que algunos fabricantes han establecido sus propias tiendas o outlets para la venta directa a público de saldos y de inventarios.

Así mismo, los canales de comercialización responden al segmento del mercado que la empresa y producto en cuestión estén interesados en penetrar. Para tal efecto, existen diferentes segmentos de mercado:

- El primero, es el segmento alto y más sofisticado ya que corresponde al diseñador que busca diseños exclusivos y pequeño volumen del producto;
- El segundo es el segmento medio alto, representado por boutiques, tiendas especializadas y departamentales que buscan marca, moda y servicio;
- En el segmento medio abajo se agrupan el resto de tiendas que manejan mercancía general y que están interesadas en precio atractivo, ropa moderna y con calidad adecuada;
- Finalmente se tiene el segmento bajo de mercado que es en donde se sitúan los comerciantes al mayoreo y las tiendas de descuento que buscan primordialmente precios bajos, altos volúmenes y no mantienen fidelidad con sus proveedores.



**Canal de Distribución:**

3.4 ASPECTOS CUANTITATIVOS DEL MERCADO



**Promoción (Ferias internacionales):**

- |   |  |
|---|--|
| ➤ Magic International<br>Las Vegas, Nevada. | Southeastern Men´s Market<br>Atlanta, Georgia. |
| ➤ Show of the Americas<br>Miami, Florida.   | The Super Show<br>Atlanta, Georgia.            |
| ➤ Bobbin Show<br>Atlanta, Georgia.          |  |

FUENTE: Estudios y perfiles de mercado, Bancomext 2000. Estados Unidos.  
 FUENTE: Estudios y perfiles de mercado, Bancomext 2000. Estados Unidos.

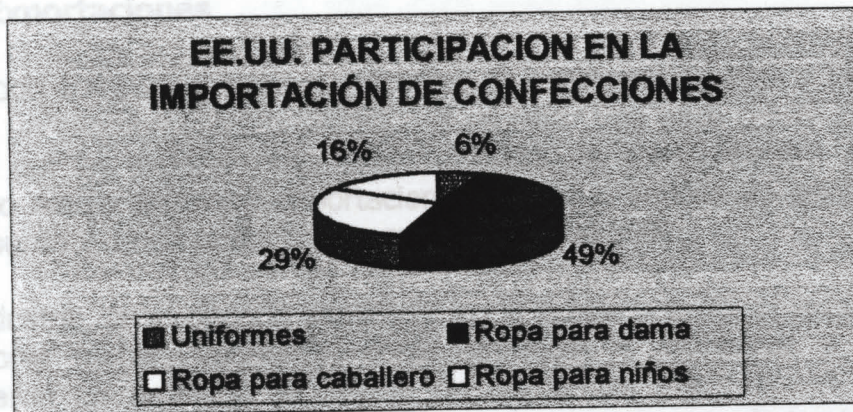


### 3.4 ASPECTOS CUANTITATIVOS DEL MERCADO

#### Medición y Tendencias del Consumo y de las Importaciones, en Valor y Volumen en los últimos años

Estados Unidos es el consumidor más grande de productos textiles y de prendas de vestir en el mundo. De acuerdo con cifras del American Textile Manufactures Institute el consumidor americano gasta cantidades cercanas a los 300 mil millones de dólares en prendas de vestir confeccionadas.

Por grupo de productos que, por valor y volumen, registran un mayor índice de consumo en el mercado se tiene el de ropa para damas, con participación del 49% de las ventas totales del mercado, mientras que la ropa para caballero participa con 29%, la de niños 16% y uniformes con un 6%.



En virtud del alto crecimiento en la demanda de prendas de vestir para caballero, los mayoristas han tenido que recurrir a proveedores extranjeros como Canadá, Asia, El caribe y México. En este sentido México se ha convertido en un abastecedor importante del mercado norteamericano como resultante de las ventajas que ofrece con respecto a otros proveedores.

FUENTE: Estudios y perfiles de mercado, Bancomext 2000. Estados Unidos.



## EE.UU. Importaciones

### Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB del sector Textil/Confección ha representado, en promedio, el 8.5% del PIB total manufacturero en el periodo de 1993 a 2000. Esta participación se ha mantenido en el rango de 8 a 9% en el periodo analizado

### Indicadores de Producción

Durante el periodo 1993-2000, el comportamiento registrado por la producción de productos textiles y prendas de vestir de la industria manufacturera nacional mostró un crecimiento medio anual del 0.7% mientras que la efectuada por la industria maquiladora de exportación fue del 19.9%,

### México. Exportaciones

En el periodo 1993-2000 las exportaciones de productos textiles y prendas de vestir mostraron un comportamiento dinámico al registrar una tmca del 27.2%, superior a la observada por las exportaciones totales (18.1%). A nivel producto, destacan por su crecimiento medio anual las exportaciones de Lana, Tejidos de punto y Prendas de vestir de punto y no de punto con tmca superiores al 30%.

A nivel industria, en el periodo analizado, en la industria textil las exportaciones de las demás fibras textiles vegetales, fibras sintéticas o artificiales y guata y fieltro representaron en promedio el 17.5% de las ventas externas del sector; y en la industria de la confección: las prendas de vestir de punto y no de punto el 64%.

A lo largo de este periodo México ha sido el principal proveedor de Algodón y Guata, en el mercado norteamericano.

En el mes de enero de 2001 las importaciones norteamericanas de este sector registraron un ascenso importante al pasar de 5.4 miles de mdd en enero del 2000 a 5.5 miles de mdd en el mismo mes de 2001. En este ascenso influyó principalmente el crecimiento en las exportaciones de Prendas y complementos de vestir en su conjunto.

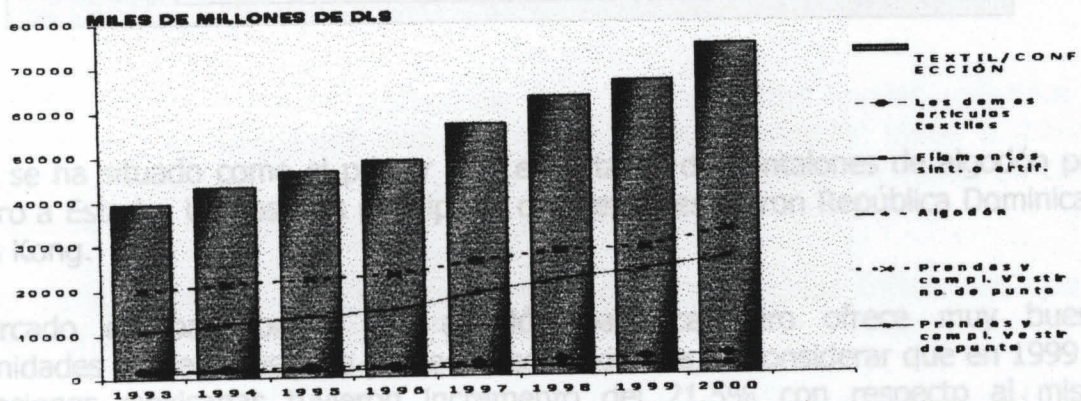


## EE.UU. Importaciones

Las importaciones de productos textiles y prendas de vestir en el periodo 1993-2000, observaron una TMCA del 9.5%, alcanzando a un valor de 74.8 miles de mdd en el último año.

Los productos que registraron los mayores crecimientos medios (superiores al 10%) fueron: Alfombras, Tejidos de punto, Prendas de vestir de punto y Demás artículos textiles.

**EUA. IMPORTACIONES DE TEXTIL/CONFECCIÓN**



En este periodo el Algodón, los Filamentos y Fibras sintéticas o artificiales, y las Prendas y complementos de vestir de punto y no de punto representaron el 87% de las importaciones de textil y confección realizadas por EUA.

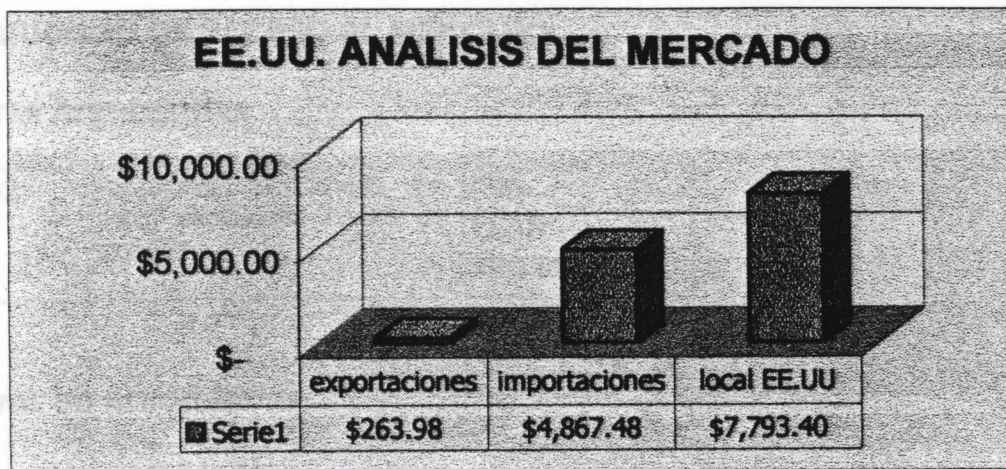
A lo largo de este periodo México ha sido el principal proveedor de Algodón y Guata, en el mercado norteamericano.

En el mes de enero de 2001 las importaciones norteamericanas de este sector registraron un ascenso importante al pasar de 5.4 miles de mdd en enero del 2000 a 6.6 miles de mdd en el mismo mes de 2001. En este ascenso influyó principalmente el crecimiento en las exportaciones de Prendas y complementos de vestir en su conjunto.

En 1999 el valor de las importaciones de pantalones de algodón procedentes de México fue de USD 1,476 millones. Este Volumen 196,217,049kg representó el 29% de las importaciones totales realizadas por EE.UU.

FUENTE: <http://www.secretariaeconomia.gob>





México se ha situado como el primer país exportador de pantalones de algodón para caballero a Estados Unidos, sus principales competidores fueron República Dominicana y Hong Kong.

El mercado de pantalones de algodón para caballero ofrece muy buenas oportunidades de negocios para proveedores mexicanos, al considerar que en 1999 las exportaciones mexicanas tuvieron incremento del 21.5% con respecto al mismo periodo del año anterior, registrando bajas República Dominicana y Hong Kong.

#### Consumo Aparente

	1996	1997	1998	1999	2000
<b>Producción nacional +</b>	43,000,000	48,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000
<b>Importaciones</b>	2,575,018	3,074,559	3,411,520	3,386,992	3,514,614
<b>Exportaciones -</b>	442,385	515,946	504,526	503,812	513,638
<b>Consumo aparente</b>	45,132,633	50,558,613	52,906,994	52,883,180	53,000,976
<b>Mercado meta</b>	757,991	772,352	789,640	796,271	803,648
<b>Consumo aparente per capita</b>	59.54	65.46	67.00	66.41	65.95

En 1999 el valor de las importaciones de pantalones de algodón procedentes de México fue de USD 1,476 millones. Este Volumen 196,217,049kg representó el 29% de las importaciones totales realizadas por EE.UU.

FUENTE: Guía de Exportación Sectorial de Textiles y Prendas de Vestir. México, Bancomext 2000.



### 3.5 BARRERAS DE ACCESO AL MERCADO

#### Barreras Arancelarias

6203.42	Pantalones, pantalones con peto, pantalones cortos de algodón	1999 TLCAN (libre arancel)
---------	---	----------------------------------

#### Barreras no Arancelarias

##### Normas de seguridad

En Estados Unidos, cualquier prenda de vestir, o materiales textiles utilizados en edificios de oficinas, hospitales, hoteles, etc., así como cualquier tejido o material relacionado que sea para uso o que pueda ser usado en prendas de vestir, no puede ser importado si no cumple con una norma de inflamabilidad.

Esta norma es expedida bajo la sección 4 de la Ley de Tejidos Inflamable, que es administrada por la Comisión para la Seguridad de Productos de Consumo.

Algunos productos pueden ser importados a los Estados Unidos según lo previsto en la sección 11 de la mencionada Ley, con el propósito de terminarlos y hacer que estos productos no sean tan inflamables como para ser peligrosos cuando sean usados por los consumidores siempre y cuando el exportador informe en la factura o en el documento de transporte que la exportación se hace con ese propósito. Las disposiciones de la flammable Fabrics Act, se aplican a los productos manufacturados en los Estados Unidos, así como también a los productos importados. Es por ello que el exportador mexicano de estos productos deberá contemplar esta norma para iniciar o continuar con éxito sus exportaciones.

FUENTE: Guía de Exportación Sectorial de Textiles y Prendas de Vestir. México, Bancomext 2000.

## Compromisos de los Importadores

La flammable Fabrics Act exigen en algunos casos que los importadores de productos textiles o prendas de vestir, residentes en los Estados Unidos, tienen que presentar un formato de garantía, en el que cumple con las normas establecidas en el acta.

Por lo que se recomienda a las empresas exportadoras de textiles y prendas de vestir puedan acordar con su importador de los Estados Unidos la conveniencia de llevar este formato:

"Base upon guaranty received, teh undersigned hereby guarantees, that reasonable and representative tests, made in accordance with procedures prescribed pursuant to the Flammable Act, as amended, show that the product, fabric, or related material covered and identified by, and in the form delivered under this document conforms to the applicable standars or regulation issued, amended, or continued in effect".

Date \_\_\_\_\_  
 Name \_\_\_\_\_  
 Address \_\_\_\_\_

## Clasificación de los Materiales por su Inflamabilidad

Las normas de la FFA, establecen métodos de pruebas par determinar los grados de riesgo inflamabilidad de los productos susceptibles de ignición.

Para ello, se aplican estas pruebas a muestras previamente determinadas de cada material de acuerdo a los resultados de estas pruebas, existen tres grupos para los materiales con que se fabrica el producto, de acuerdo al grado de ignición que presentan.



## Normas De Etiquetado

**Clase 1 "Inflamabilidad Normal"** se incluyen en este grupo aquellos materiales que cumplen los requerimientos mínimos de inflamabilidad establecidos por las normas FFA. Los materiales clasificados en este son "generalmente aceptados para su comercialización en los Estados Unidos".

Normalmente estos materiales presentan un tiempo de expansión o difusión de la flama, mayor a 7 segundos.

**Clase 2 "Inflamabilidad Intermedia"** en este grupo se incluye aquellos materiales que tienen características de inflamabilidad entre 1 y 3, es decir, entre una normal e intensa inflamabilidad.

En las pruebas aplicables a estos materiales, el tiempo de expansión de la flama es de 4 y 7 segundos.

**Clase 3 " Inflamabilidad Rápida e Intensa"** en este grupo se encuentran aquellos materiales que se consideran altamente inflamables y, por tanto, no son aceptados para utilizarse en la fabricación de productos de uso doméstico, tales como ropa y ropaje de cama, entre otros.

En las pruebas a que son sometidos estos materiales, el tiempo de expansión de la flama es menor a 4 segundos.

### Métodos de Prueba

Los métodos generales para realizar las pruebas de acuerdo a las normas de la Consum Products Safety Commission (CPSC) aplicables a los materiales y textiles utilizados en el ropaje de cama se describen a continuación:

- ✓ Normalmente se utilizan para cada prueba, 5 muestras de cada material, con medidas aproximadas 2\*6 pulgadas.
- ✓ Si en la prueba inicial las muestras no arden, o si su inflamabilidad es mínima, contienen alguna sustancia que retarde la ignición, entonces se procede a un método de lavado en seco, para posteriormente volver ser sujetos de las pruebas.



## Regulaciones sobre el cuidado de las Prendas

## Normas De Etiquetado

Todos los productos de fibras textiles importados en los Estados Unidos serán estampados, marcados con una etiqueta, rotulados o señalados de otra manera con la información:

- Los nombres genéricos y los porcentajes por peso de las fibras constitutivas del producto textil (salvo la ornamentación permitida) que aparecen en cantidades de más del 5%, en orden de predominio de peso, con cualquier porcentaje de fibra o fibras que hay que designar como "otra fibra" u "otras fibras" apareciendo al último. Fibras que se declaran en cantidades de 5% o menos tienen que ser designadas como "otras fibras".
- El nombre del fabricante o el nombre o número de identificación registrada, expedido por la Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Commission) a uno o más personas que distribuyen fibras textiles. Una marca registrada ante la oficina Estadounidense de Patentes (United States Patent Office) puede aparecer en los rótulos en lugar del nombre, con tal de que el dueño de dicha marca registrada presente una copia del registro ante la Comisión Federal de Comercio antes de usarla.
- El nombre del país donde fue elaborado o manufacturado.

Para fines del cumplimiento de la Ley para la identificación del Producto de Fibras textiles, la factura comercial de un cargamento de productos de fibras textiles, con un valor superior de US\$500 y sujeto a los reglamentos de la ley sobre el etiquetaje tiene que mostrar la información que normalmente se requiere en las facturas.

**16 1/2**  
**(cuello)**

**34/35**  
**(manga)**

**JAS**

**XL 46**

**50% POLYESTER**  
**38% COTTON**  
**12% RAYON**

FUENTE: Guía de Exportación Sectorial de Textiles y Prendas de Vestir. México, Bancomext 2000.



## Regulaciones sobre el cuidado de las Prendas

El requerimiento de etiquetado para el cuidado de las prendas tiene dos metas.

- ✓ Ayuda al consumidor para hacer sus compras textiles y prendas de vestir dependiendo del método de cuidado. Algunos consumidores prefieren la conveniencia del lavado en seco en tintorerías, otros el lavado en lavadora.
- ✓ El etiquetado para el cuidado de las prendas asegura que el consumidor conoce cómo limpiar sus prendas con seguridad para que estas retengan su apariencia y colorido durante el tiempo.

En Estado Unidos la Federal Trade Commission (FTC) Comisión de Comercio Federal, creó la regla de etiquetado para el cuidado de las prendas, la cual requiere que los productores nacionales y los extranjeros etiqueten sus prendas con instrucciones con al menos un método de limpieza en seco.

En 1997 la FTC permite a los productores, usar símbolos de cuidado de la prenda, en lugar de instrucciones por escrito para comunicar los métodos de limpieza. Diseñado por ASTM.

Una de las principales razones para introducir los símbolos en el etiquetado para el cuidado de las prendas es el de armonizar regulaciones de los Estados Unidos con las de México y Canadá.

Se basa en cinco símbolos básicos los cuales representan las cinco operaciones de cuidado. Estos son: Cubeta, para el lavado en agua; Triángulo para el uso de blanqueadores; Cuadro para el secado; Plancha para el planchado; y Circulo para la limpieza en seco. Sólo un método de limpieza es requerido en la etiqueta del cuidado de la prenda generalmente lavado en agua o limpieza en seco.



Además, el símbolo **X** se superpone sobre cualquier símbolo cuando haya evidencia que si se usa ese proceso, este podrá dañar la prenda.

Símbolos adicionales o palabras se pueden usar dentro o debajo de cada símbolo básico cuando sea necesario definir con mayor propiedad las instrucciones de cuidado.

FUENTE: Guía de Exportación Sectorial de Textiles y Prendas de Vestir. México, Bancomext 2000.



## Lavado en Agua

La temperatura del agua deberá ser proporcionada si ciertas temperaturas dañan las prendas. La letra C indica grados Centigrados Celsius y la F Farenheit.

Seis puntos =	95 C/200F
Cinco puntos=	70 C/160F
Cuatro puntos=	60 C/140F
Tres puntos =	50 C/120F
Dos puntos =	40 C/105F

La FTC sugiere sólo 3 puntos para caliente, dos para templado y uno para tibia/fría.

● ● ●  
HOT  
(50C/120F)

● ●  
WARM  
(40C/105F)

●  
COLD/COLL  
(30C/85F)

Para lavadoras con ciclos de lavado, se sugiere subrayar una vez la cubeta para el ciclo de lavado permanente y subrayar 2 veces para el ciclo de lavado delicado.



## Blanqueado

El triángulo significa que cualquier blanqueador puede usarse con seguridad. Si el blanqueador con cloro no puede usarse, se deberá marcar con líneas diagonales en el triángulo si no puede usarse ningún blanqueador, se deberá cruzar con un X.



FUENTE: Guía de Exportación Sectorial de Textiles y Prendas de Vestir. México, Bancomext 2000.



## Secado

Si la prenda está diseñada para secadora, se requiere un círculo dentro del cuadrado, subrayado una vez para secado permanente y dos par el ciclo delicado.



DRY



NORMAL



PERMANET  
PRESS/WRINKLE  
RESISTANT



GENTLE/  
DELICATE



## Planchado

También aquí se usa el sistema de puntos para indicar la temperatura.



IRON



HIGH



MEDIUM



LOW

Para el rociado o no de la plancha se indica:



## Limpieza en Seco

Una letra adelante del círculo indica el tipo de solvente recomendado.



DRY CLEAN



ANY SOLVENT



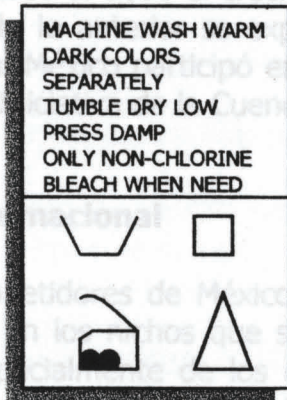
ANY SOLVENT EXCEPT  
TRICHLOROETHYLENE



PETROLEUM  
SOLVENT ONLY

De esta manera, en un pequeño espacio, sólo con el uso de símbolos, el consumidor estará informado del cuidado de sus prendas.

Ejemplo de etiqueta para el uso y cuidado de las prendas.



### 3.6 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Por su cercanía geográfica con EE.UU. y la desgravación arancelaria, acordada en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), se ofrecen ventajas a México con respecto a sus competidores asiáticos y europeos, para el mercado de pantalones de algodón, lana u otro pelo de animal fino.

En 1999 las exportaciones mexicanas tuvieron de decremento de 1.1% con respecto al mismo periodo del año anterior, destaca la baja en las ventas de la Rep. Dominicana en los últimos años.

#### Competencia Nacional

- ✓ Grupo Diamante
- ✓ Maquilas Kino
- ✓ Servicios Industriales Nova Link
- ✓ Textiles la Gaviota
- ✓ Uniformes de Tampico

FUENTE: Guía de Exportación Sectorial de Textiles y Prendas de Vestir. México, Bancomext 2000.

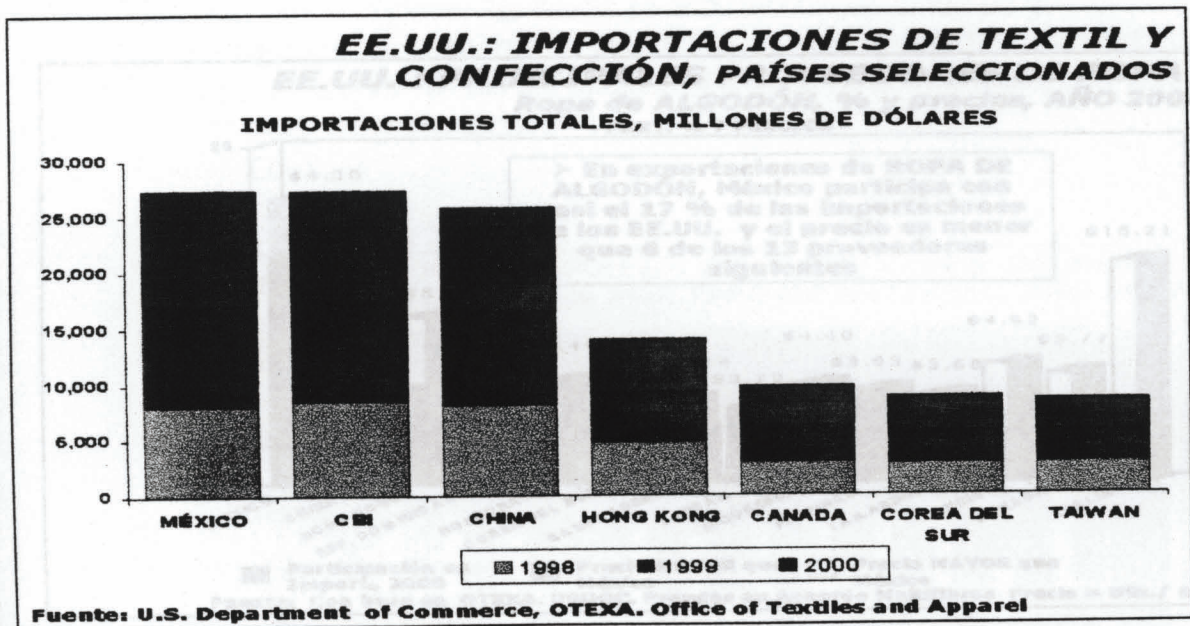


## mercado de Importación de los EE.UU.

El mercado de los EE.UU. es el principal mercado nacional del mundo. Según datos del departamento de Comercio de los EE.UU., durante el año 2000 ese país importó más de \$76 mil millones de dólares, de los cuales \$60,200 correspondieron a confecciones. Aún más, del año 1999 al 2000 el crecimiento de sus compras del exterior fue de casi 13 por ciento. Dado lo anterior se explica la fuerte competencia por entrar a dicho mercado, en el cual México participó en el año 2000 con 13.5 por ciento, en valor, y los países del CBI (Iniciativa de la Cuenca del Caribe) con 12.8 por ciento.

## Competencia Internacional

Otros grandes competidores de México son: China, Hong Kong, Canadá y Corea del Sur. Sin embargo, en los nichos que son atendidos por los exportadores de nuestro país— derivado especialmente de los esquemas de producción off-shore o maquila— nuestros competidores directos son los 25 países de la Cuenca del Pacífico.



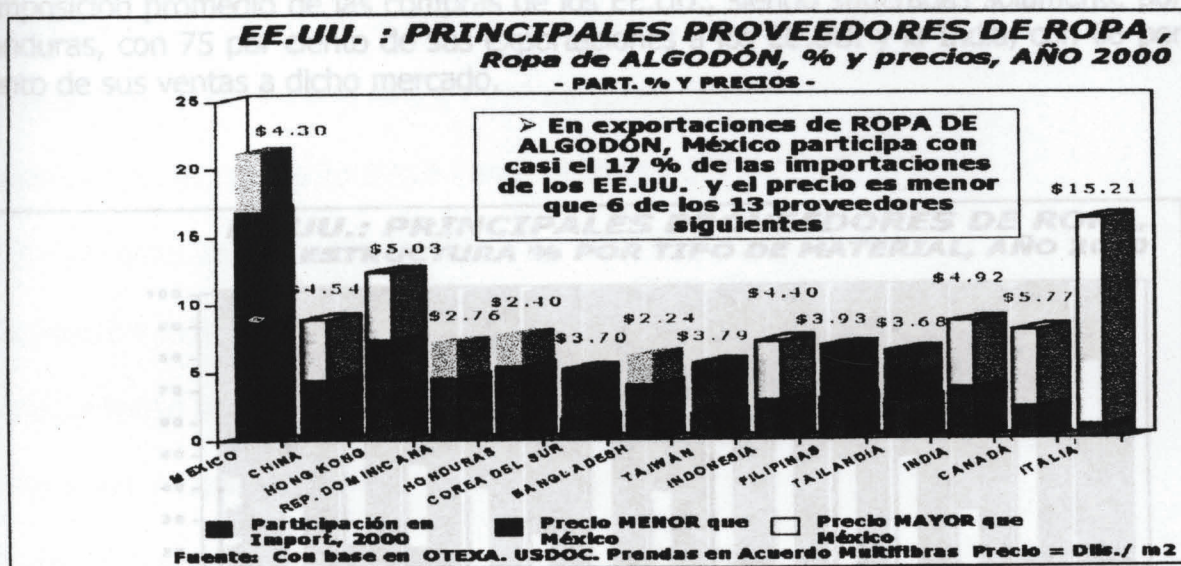
FUENTE: <http://www.secretariaeconomia.gob>



Derivado de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), en 1994, México ha aumentado sus exportaciones al mercado de los EE.UU. en forma muy dinámica, multiplicándose por cinco entre 1994 y el año 2000. Se estima que la tendencia de crecimiento se estabilizará a partir del año 2002, momento en que se alcanzará un arancel tasa cero para la gran mayoría de los productos de exportación hacia dicho mercado. Actualmente la tasa promedio para ingresar a los EE.UU. para los bienes confeccionados que cumplen con las reglas de origen establecidas en el TLCAN es del 0.13 por ciento.

### EE.UU., Comparación entre México y principales proveedores

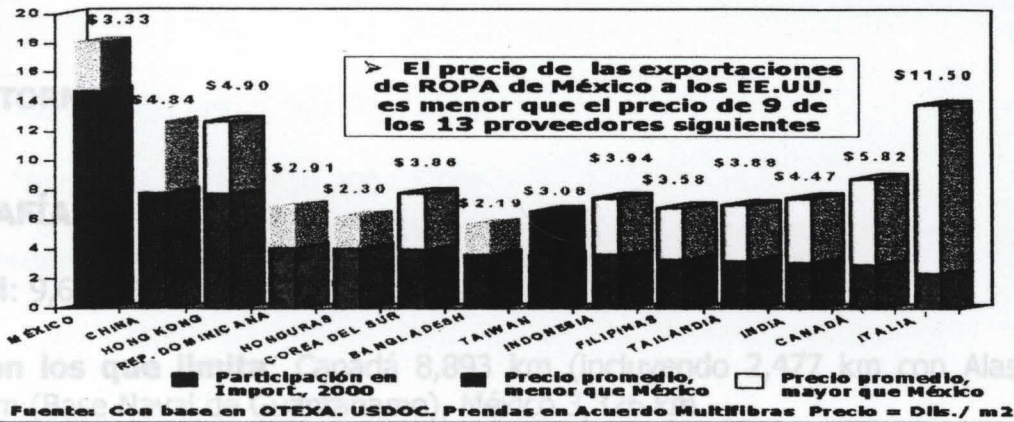
Al realizar un ejercicio de análisis en cuanto a los precios y participación de mercado para los diferentes tipos de prendas, se observa que—en promedio—los precios de los bienes exportados por México son menores que la generalidad de los países competidores. La explicación de éste hecho entra en otros temas de análisis que deberán centrarse en identificar si dicha situación se debe a la alta competitividad de nuestros productos, o también a preguntarse si los bajos precios se deben a que nuestros bienes son de menor valor relativo que los de los países competidores.



FUENTE: <http://www.secretariaeconomia.gob>



**EE.UU. : PRINCIPALES PROVEEDORES DE ROPA ,  
TODO TIPO DE ROPA, % y PRECIOS, AÑO 2000**



Población: 278,058,881 (Julio 2001)

A fin de poder contar con mayor información sobre los precios medios, se puede observar que en **prendas de algodón**, México tiene precios promedio por debajo de China y Hong Kong, entre otros, participando con 17 por ciento del mercado.

Dado lo anterior, se puede observar que las exportaciones de nuestro país están muy concentradas en ropa de algodón, las cuales se encuentran por arriba de la composición promedio de las compras de los EE.UU., siendo superadas solamente por Honduras, con 75 por ciento de sus exportaciones a los EE.UU. y la India, con 68 por ciento de sus ventas a dicho mercado.

Estimación para el año 2015 (en millones): 307,7 (1998)

**EE.UU.: PRINCIPALES PROVEEDORES DE ROPA,  
ESTRUCTURA % POR TIPO DE MATERIAL, AÑO 2000**



ALBITE: <http://www.cinecuba.com>

### 3.7 ANALISIS DEL MACROENTORNO, DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

PIB: \$9.963 trillones (2000)

#### MACROENTORNO

Crecimiento anual %: 5% (2000)

#### DEMOGRAFÍA

PIB por sector: agricultura 2%, industria 18%, servicios 80% (1999)

**Área total:** 9,629,091 sq km

**Países con los que limita:** Canadá 8,893 km (incluyendo 2,477 km con Alaska).  
Cuba 29 km (Base Naval de Guantanamo), México 3,326 km.

**Población:** 278,058,881 (julio 2001)

**Densidad de población:** 28 hab./ Km

**Hombres:** 136,015,375 (2001)

**Mujeres:** 142,043,506 (2001)

**Tasa de crecimiento de la Población:** 0.9% (2001)

**Migración total:** 3.5 migrantes/1,000 personas (2001)

**Estimación para el año 2015 (en millones):** 307,7 (1998)

**Crecimiento anual hacia el 2015:** 0,7 % (1998/2015)

**Población urbana:** 76,8 % (1998)

**Crecimiento urbano:** 1,2 % (1980/95)

**Hijos por mujer:** 2,0 (1998)

**Grupos étnicos:** Blancos 83.5%, Negros 12.4%, Asiáticos 3.3%,  
Indioamericanos 0.8 (1992)

**Alfabetismo:** 97% de la población

FUENTE: <http://www.ciafactbook>



## ECONOMICOS

**PIB:** \$9.963 trillones (2000)

**Tasa de crecimiento anual %:** 5% (2000)

**Producto Nacional Bruto:** \$36,200 (2000)

**PIB por sector:** agricultura 2%, industria 18%, servicios 80% (1999)

**Inflación:** 3.4% (2000)

**Fuerza de labor:** 140.9 millones (2000)

**Fuerza de labor por ocupación:** Profesionales 30.2%, técnicos, vendedores y administrativos 29.2%, servicios 13.5%, manufactura, transportación y artesanos 24.6%, granjeros, agricultores y pescadores 2.5% (2000)

**Tasa de desempleo:** 4%

**Tasa de producción industrial:** 5.6%

**Exportaciones:** \$776 billones (bienes de capital, automóviles, materias primas, productos de consumo, productos agrícolas).

**Socios comerciales en Exportaciones:** Canadá 23%, México 14%, Japón 8%, Alemania 4%, Francia 2%.

**Importaciones:** \$1,233 trillones (petróleo crudo, y productos refinados, maquinaria, automóviles, productos de consumo, materia prima industrial, comida y bebidas).

**Socios comerciales en las importaciones:** Canadá 19%, Japón 11%, México 11%, China 8%, Alemania 5%, Ucrania, Taiwan.

**Deuda externa:** \$ 862 billones (1995)

## POLITICO-LEGALES

**Nombre del País:** United States of America

**Nombre convencional:** United States

**Abreviaturas:** US o USA

FUENTE: <http://www.ciafactbook>



**Capital:** Washington, D.C.

**División administrativa:** Estado federal. 50 estados y un distrito federal: Columbia.

**Gobierno:** George W. Bush, presidente desde enero de 2001. Régimen presidencialista y federal. Parlamento bicameral; cada estado envía al Congreso dos senadores y un número de diputados proporcional a su población.

**El Jefe de Estado y de Gobierno:**

Presidente

Mandato de cuatro años (con posibilidad de ser reelegido)

**Partidos políticos:** Partido Republicano; Partido Demócrata; Partido Verde; Partido Reformista; Partido Libertario (derecha); otros a nivel local/estatal.

**Otras ciudades:** Nueva York, 7.380.900 hab.; Los Angeles, 3.553.000 hab.; Chicago, 2.721.000 hab.; Houston, 1.744.000 hab.; Filadelfia, 1.478.000 hab. (1996).

**Participación En Organizaciones Internacionales:** APEC, ARF, AsDB, ASEAN, Australia Group, BIS, CCC, CE (observador), CP, EAPC, EBRD, ECE, ECLAC, ESCAP, FO, G-5, G-7, G-10, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICFTU, ICRM, IDA, ISO, ITU, MINURSO, MINURSO, MIPONUH, NAM (invitado), NATO, NEA, NSG, OAS.

**NAFTA:** Desgravación de aranceles a un plazo de 10 años.

## SOCIOCULTURALES

**Pueblo:** el pueblo de los Estados Unidos se ha formado con aportes migratorios de todas partes del mundo, entre los cuales los alemanes, irlandeses e italianos han sido los más numerosos. 11% de la población tiene ancestros africanos, 10% latinoamericanos. Hay aproximadamente 1,9 millones de indígenas.

**Religión:** Protestantes 56%, Católicos 28%, Judíos 2%, Otras 4%, ninguna 10%

**Lengua:** Inglés, Español (hablado en una considerable minoría)

**Fiesta nacional:** 4 de Julio.

**Organizaciones sociales:** la Federación Americana del Trabajo -Congreso de Organizaciones Sindicales (AFL-CIO) es la mayor organización obrera del país, con 13.500.000 afiliados. Parte de los obreros rurales, sobre todo los de origen mexicano, están organizados en el sindicato de los Trabajadores Unidos de la Granja (UFW), fundado por César Chávez. Teamsters Union (segundo sindicato en



importancia); NAACP, organización de vigilancia de derechos para la población afro-americana; Sierra Club (ecologista); Unión Americana de Derechos Cívicos (ACLU).

### **Naturoecológicos**

El clima de Estados Unidos es favorable a diversos cultivos y productos forestales. El Corn Belt, región que se extiende desde el oeste de Ohio hasta el centro de Nebraska, es la extensión más grande de terreno cultivable en el mundo. También cuenta con yacimientos significativos de minerales importantes, entre los que se incluye más de un quinto del carbón mundial. A pesar de esta riqueza, no puede producir todos los recursos necesarios para su gran economía industrial; el país importa el 80% de aluminio, cromo, cobalto, magnesio, platino, asbesto, estaño y tungsteno. Estados Unidos ahora produce el 65% de su consumo de petróleo, pero los nuevos descubrimientos del interior tienden a ser pequeños y costosos de explotar.

La erosión ha causado la pérdida de más de un tercio de la capa superficial del suelo. La moderna maquinaria pesada puede ahora reparar los barrancos y otros escarpes habituales en la década de 1930, pero la pérdida de suelo es todavía elevada en algo más de la mitad del terreno cultivable de la nación por efecto de la erosión.

A pesar de estas tendencias, y gracias a las regulaciones gubernamentales, la contaminación del agua ha disminuido considerablemente durante la década de 1970; la reforestación es mayor que el número de talas en la mayor parte de las regiones, y numerosas áreas se han acotado para crear reservas de fauna y parques nacionales. La lluvia ácida, la eliminación de residuos tóxicos, el suministro de agua y el cambio climático son las principales cuestiones medioambientales.

**Los tornados** suceden en el centro de Estados Unidos, donde las masas de aire canadienses y del golfo chocan, a menudo, de forma violenta. **Los huracanes** se forman a finales del verano en las zonas cálidas del océano Atlántico y se desplazan hacia los estados del sureste en otoño.

### **Tecnología**

A lo largo del siglo XX la tecnología se extendió desde Europa y Estados Unidos a otras naciones importantes como Japón y la antigua Unión Soviética, pero en ningún caso lo hizo a todos los países del mundo. Muchos de los países de los denominados en vías de desarrollo no han experimentado nunca el sistema de fábricas ni otras instituciones de la industrialización, y muchos millones de personas sólo disponen de la tecnología más básica. La introducción de la tecnología occidental ha llevado a menudo a una dependencia demasiado grande de los productos occidentales. Para la población de los países en vías de desarrollo que depende de la agricultura de subsistencia tiene poca relevancia este tipo de tecnologías. En los últimos años, grupos de ayuda occidentales han intentado desarrollar tecnologías apropiadas, usando las técnicas y materiales de los pueblos indígenas.



importancia); NAACP, organización de vigilancia de derechos para la población afroamericana; Sierra Club (ecologista); Unión Americana de Derechos Cívicos (ACLU).

### **Naturoecológicos**

El clima de Estados Unidos es favorable a diversos cultivos y productos forestales. El Corn Belt, región que se extiende desde el oeste de Ohio hasta el centro de Nebraska, es la extensión más grande de terreno cultivable en el mundo. También cuenta con yacimientos significativos de minerales importantes, entre los que se incluye más de un quinto del carbón mundial. A pesar de esta riqueza, no puede producir todos los recursos necesarios para su gran economía industrial; el país importa el 80% de aluminio, cromo, cobalto, magnesio, platino, asbesto, estaño y tungsteno. Estados Unidos ahora produce el 65% de su consumo de petróleo, pero los nuevos descubrimientos del interior tienden a ser pequeños y costosos de explotar.

La erosión ha causado la pérdida de más de un tercio de la capa superficial del suelo. La moderna maquinaria pesada puede ahora reparar los barrancos y otros escarpes habituales en la década de 1930, pero la pérdida de suelo es todavía elevada en algo más de la mitad del terreno cultivable de la nación por efecto de la erosión.

A pesar de estas tendencias, y gracias a las regulaciones gubernamentales, la contaminación del agua ha disminuido considerablemente durante la década de 1970; la reforestación es mayor que el número de talas en la mayor parte de las regiones, y numerosas áreas se han acotado para crear reservas de fauna y parques nacionales. La lluvia ácida, la eliminación de residuos tóxicos, el suministro de agua y el cambio climático son las principales cuestiones medioambientales.

**Los tornados** suceden en el centro de Estados Unidos, donde las masas de aire canadienses y del golfo chocan, a menudo, de forma violenta. **Los huracanes** se forman a finales del verano en las zonas cálidas del océano Atlántico y se desplazan hacia los estados del sureste en otoño.

### **Tecnología**

A lo largo del siglo XX la tecnología se extendió desde Europa y Estados Unidos a otras naciones importantes como Japón y la antigua Unión Soviética, pero en ningún caso lo hizo a todos los países del mundo. Muchos de los países de los denominados en vías de desarrollo no han experimentado nunca el sistema de fábricas ni otras instituciones de la industrialización, y muchos millones de personas sólo disponen de la tecnología más básica. La introducción de la tecnología occidental ha llevado a menudo a una dependencia demasiado grande de los productos occidentales. Para la población de los países en vías de desarrollo que depende de la agricultura de subsistencia tiene poca relevancia este tipo de tecnologías. En los últimos años, grupos de ayuda occidentales han intentado desarrollar tecnologías apropiadas, usando las técnicas y materiales de los pueblos indígenas.



## Oportunidades y Amenazas

**Oportunidades:** Una de las principales ventajas que tiene México al realizar negocios con Estados Unidos es su colindancia geográfica que hay entre los dos países por lo que no se requiere gastar grandes cantidades monetarias para transportarse hasta ese país, por otro lado existe el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica que permite acceder a ese mercado de una manera más fácil, puesto que México cuenta con un beneficio arancelario favorable.

**Amenazas:** Uno de los principales problemas del sector textil es la entrada de países Asiáticos a ese mercado los cuales ofrecen precios muy por debajo de los precios que México ha establecido en sus exportaciones; además que cuentan con una mano de obra mucho más barata.

## 4. ASPECTOS OPERACIONALES



## 4.1 DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y METAS EN EL MERCADO SELECCIONADO

### OBJETIVO

Contactar todas las empresas posibles establecidas en el área medio Oeste de Estados Unidos en un plazo de un año, y una vez contactadas las empresas nuestro objetivo principal será lograr la aceptación y demanda de nuestros productos.

### META

Para el primer trimestre el año entrante haber logrado una venta de 2500 piezas como mínimo a una empresa en los Estados Unidos.

## 4.2 ADECUACIONES DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

# 4. ASPECTOS OPERACIONALES

La empresa está consciente que penetrar en el mercado norteamericano es un tanto difícil puesto que existen empresas tanto mexicanas como extranjeras dedicadas a exportar el producto que nosotros estamos ofreciendo, a ese país, por lo que la empresa ha decidido establecer los mismos precios que la competencia y sobre este realizar descuentos por volumen.

### Producto

Confecciones Saavedra está ofreciendo para la exportación a los Estados Unidos overalls de trabajo diseñados especialmente para las empresas que requieren que sus trabajadores vestan con ropa segura y adecuada para realización de sus actividades en las áreas de taller, almacén y mantenimiento. Tales overalls pueden ser confeccionados en el color, tela y diseño que el cliente demande, además de tallas y tamaños especiales.

### Promesa

Confecciones Saavedra ha decidido vender directamente a proveedores mayoristas y tiendas especializadas para que por cuenta propia se encarguen de la distribución y comercialización de los uniformes entre las diversas industrias.



Promoción

**4.1 DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y METAS EN EL MERCADO SELECCIONADO**

**OBJETIVO**

Para el primer trimestre el año entrante haber logrado una venta de 2500 piezas como mínimo a una empresa en los Estados Unidos.

**META**

Para el primer trimestre el año entrante haber logrado una venta de 2500 piezas como mínimo a una empresa en los Estados Unidos.

4.3 ESTRATEGIA DE ENTRADA AL MERCADO

**4.2 ADECUACIONES DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA**

Demanda Corriente

**Precio**

$Q = \text{Potencial total de Mkt.}$

La empresa está consciente que penetrar en el mercado norteamericano es un tanto difícil puesto que existen empresas tanto mexicanas como extranjeras dedicadas a exportar el producto que nosotros estamos ofreciendo, a ese país, por lo que la empresa ha decidido establecer los mismos precios que la competencia y sobre este realizar descuentos por volumen.

**Producto**

Confecciones Saavedra está ofreciendo para la exportación a los Estados Unidos overalls de trabajo diseñados especialmente para las empresas que requieren que sus trabajadores vistan con ropa segura y adecuada para realización de sus actividades en las áreas de taller, almacén y mantenimiento. Tales overalls pueden ser confeccionados en el color, tela y diseño que el cliente demande, además de tallas y tamaños especiales.

**Plaza**

Confecciones Saavedra ha decidido vender directamente a proveedores mayoristas y tiendas especializadas para que por cuenta propia se encarguen de la distribución y comercialización de los uniformes entre las diversas industrias.



**Promoción** Genérica de Porter

Para lograr la promoción de los uniformes se tomo la decisión de enviar catálogos de venta directamente a los proveedores mayoristas y tiendas especializadas contactadas en el cual se mostraran diferentes diseños, prendas, colores y otros artículos complementarios; por otro lado para la promoción se tomará en cuenta la participación en ferias referentes al sector, además la creación de una pagina web sería de gran ayuda para que de esta forma cualquier persona o empresa que este interesada en nuestros productos pueda contactarnos sin problema ni costo alguno y por último por supuesto que se tiene en mente solicitar el auxilio de la Consejería Comercial de Bancomext correspondiente.

**Servicio**

Se asignará personal especializado para clientes o ventas especiales en el extranjero.

**4.3 ESTRATEGIA DE ENTRADA AL MERCADO**

**Demanda Corriente**

Q= Potencial total de Mkd.

n= No. de compradores en el Mkd/prod.

q= Cantidad comparada por el consumo medio

p= precio de una cantidad media

**DATOS:**

- Q= ? **Q= n \* q \* p**
- n= 803,648 **Q= 803,648 \* .6595 \* 8**
- q= .6595% **Q= 4,240,046.85 \* .13**
- p= 8 **Q= 551,206.09**

59.54	65.46	67	66.41	65.95
9.94	2.35	0.88	0.6927	3.47

El **3.47%** significa el máximo de la demanda que Confecciones Saavedra puede tener en el mercado de los Estados Unidos; que corresponde a **\$1,471,296.2** dólares anuales.



## Estrategia Genérica de Porter

Se considera que la entrada al mercado norteamericano de Confecciones Saavedra se definirá de Concentración reducida, pues se enfoca a un nicho de mercado muy específico.

La estrategia de entrada al mercado de Estados Unidos será mediante el contacto con proveedores mayoristas y tiendas especializadas que se encargaran de distribución y comercialización de los uniformes entre el mercado meta localizado particularmente en el área medio oeste, en donde se encuentra concentrada una gran parte de la industria de Estados Unidos, excluyendo la industria Textil y de la Confección; la región medio oeste esta comprendida por los estados de: Dakota del Norte, Dakota del Sur, Iowa, Michigan, Nebraska, Indiana, Illinois, Ohio y Wisconsin; de los cuales se eligió el estado de Illinois específicamente la ciudad de Chicago como punto de entrada al mercado, puesto que de todos los anteriores es donde se encuentra el mayor número de industrias.

En su conjunto estos estados de la Unión Americana tienen una población de 54,821,756 habitantes 20.3% total del país y un PIB 1,610.1 miles de millones de dólares igual a 19.85% del total nacional. El ingreso per capita promedio de la región es de 24,143 dólares ocupando primer lugar Illinois con 28,2802 seguido por Minesota con 26,797 y Michigan 25,560. La economía de estos estados es muy diversa por lo que los sectores que más destacan son:

Metalmecánica, Automotriz y Equipo de transporte, Alimentos y Bebidas procesadas o frescos, Regalos, Muebles, Cuero y Calzado; por lo que no eligiendo como nuestro punto de entrada principal al mercado la ciudad de **Chicago, Illinois**

La mayor parte del estado posee un clima continental húmedo, con prolongados veranos y fríos inviernos. El extremo sureste del estado forma parte de la zona de clima húmedo subtropical. Chicago, al noreste, posee una temperatura anual cuyo promedio es de 9,4 °C y, al sur, en Cairo, de 15 °C aproximadamente.

Cerca del 45% de la superficie de Illinois estaba cubierta de bosque cuando los primeros exploradores atravesaron la región en 1670. A finales de la década de 1980, quedaba menos del 10% de áreas forestal; la mayor parte de estos bosques se encuentra en las zonas noroeste y sureste del estado. Las principales especies de árboles pertenecen a las de maderas nobles, como el roble, el nogal americano, el arce y el sicómoro.

Los mamíferos más comunes son, entre otros, el conejo, la ardilla, el zorrillo, la rata, el mapache, el zorro, el mapache y el ciervo de cola blanca. Grandes manadas de gansos de Canadá invernan en los lagos del sur del estado; el águila

FUENTE: Encarta 2000



norteamericana (de cabeza blanca y ala oscura) vive junto al curso fluvial del Mississippi y otros ríos de Illinois durante el invierno.

## CHICAGO, IL.

**Illinois**, estado situado en los llanos centrales de Estados Unidos; limita al norte con Wisconsin, al noreste con el lago Michigan, al este con Indiana, al sureste con Kentucky, y al oeste con Missouri y Iowa. El río Wabash forma parte de la frontera oriental, el curso fluvial del Ohio el límite meridional, y el río Mississippi la frontera occidental. Springfield (la capital), Chicago (la tercera ciudad más grande del país), Rockford, Peoria y Aurora son sus principales ciudades.

### Territorio y Recursos

El estado cuenta con una superficie de 150.007 km<sup>2</sup>, que engloba unos 3.950 km<sup>2</sup> del lago Michigan. Illinois puede ser dividido en cinco grandes regiones fisiográficas. El ángulo noroeste del estado es montañoso. En la sección noreste se encuentran las tierras bajas de los Grandes Lagos; algunas partes de esta región presentan un deficiente drenaje, con numerosos lagos y pantanos, pero con suelos fértiles. La tercera gran región de Illinois, las llanuras morrénicas, ocupa la mayor parte del estado; el terreno es ligeramente ondulado y en el sur el suelo tiene un alto contenido arcilloso, lo que permite que una gran parte de la mejor tierra de labranza del estado se encuentre en esta región. Al sur, las llanuras morrénicas están rodeadas por una sección de las bajas mesetas del interior, también con suelos predominantemente arcillosos. La quinta región de Illinois, en el extremo meridional, constituye la parte más al norte de la llanura costera del golfo de México.

Los afluentes del río Mississippi atraviesan más de dos terceras partes de la superficie de Illinois. Esos afluentes son los ríos Illinois, Rock y Wabash. La vía fluvial del estado, que comunica el lago Michigan y el Mississippi, la conforman los ríos Chicago, Des Plaines e Illinois, y algunas arterias artificiales, como el Sanitary y el Ship Canal.

La mayor parte del estado posee un clima continental húmedo, con prolongados veranos y fríos inviernos. El extremo sureste del estado forma parte de la zona de clima húmedo subtropical. Chicago, al noreste, posee una temperatura anual cuyo promedio es de 9,4 °C y, al sur, en Cairo, de 15 °C aproximadamente.

Cerca del 45% de la superficie de Illinois estaba cubierta de bosque cuando los primeros exploradores atravesaron la región en 1670. A finales de la década de 1980, quedaba menos del 10% de área forestal; la mayor parte de estos bosques se encuentra en las zonas noroeste y sureste del estado. Las principales especies de árboles pertenecen a las de maderas nobles, como el roble, el nogal americano, el arce y el sicomoro.

Los mamíferos más comunes son, entre otros, el conejo, la ardilla, el zorrillo, la rata almizclera, el visón, el zorro, el mapache y el ciervo de cola blanca. Grandes bandadas de gansos de Canadá invernan en los lagos del sur del estado; el águila



norteamericana (de cabeza blanca y ala oscura) vive junto al curso fluvial del Mississippi y otros ríos de Illinois durante el invierno.

Illinois posee sustanciosos depósitos de arcilla bituminosa y petróleo. También es destacado productor de plomo, cinc, gas natural, cobre, piedras preciosas y trípoli. La combinación de suelo y clima es ideal para la agricultura en Illinois, que ocupa el quinto lugar entre los estados del país en cuanto a ingreso anual por producción agrícola. Generalmente, este estado lidera la producción de soja (soya) y se sitúa en segundo lugar (después de Iowa) en lo relativo a la de maíz. Otros cultivos importantes son: el trigo, el heno, la avena, el sorgo, la cebada y el centeno, además de las manzanas y los tomates.

Según el censo de 1990, Illinois tiene una población de 11.430.602 habitantes. La población blanca equivale al 78,3% del total, mientras que la negra supone el 14,8%. El número de inmigrantes procedentes de Asia y de islas del Pacífico aumentó hasta alcanzar, durante la década de 1980, 64.224 habitantes de descendencia filipina, 64.200 indio-asiáticos, 49.936 de origen chino y 41.506 de descendencia coreana. Más de 900.000 residentes son de origen hispano, y 20.970 pertenecen a grupos de amerindios. Los polacos constituyen una minoría significativa en la ciudad de Chicago.

La primera institución de educación superior fue el colegio Illinois (1829), en Jacksonville. A finales de la década de 1980, el estado ya contaba con 166 centros de educación superior. Otras instituciones notables son el Conservatorio de Música Americano (1886), la Universidad Estatal de Chicago (1867), la Universidad De Paul (1898), la Universidad de Loyola en Chicago, y la Universidad de Chicago.

La mayor parte de las numerosas instituciones culturales de Illinois están localizadas en Chicago. Entre ellas destacan el Museo de Arte Contemporáneo; el Planetario Adler (1930), primer planetario del hemisferio oeste; el Instituto de Arte de Chicago, famoso por su colección impresionista; el Museo Field de Historia Natural (1893); y, finalmente, el hogar y estudio de Frank Lloyd Wright, en Oak Park, que rinde homenaje a la arquitectura del siglo XX.

En el área de Springfield, numerosos lugares honran la figura de Abraham Lincoln; los más importantes son el Lincoln Home National Historic Site (donde está la única residencia que perteneció a Lincoln) y el Lincoln's New Salem State Historic Site (que incluye la réplica del pueblo donde vivió desde 1831 hasta 1837). El área de Chicago contiene también un gran número de edificios diseñados por innovadores arquitectos estadounidenses del siglo XIX y principios del XX, como H. H. Richardson, Louis H. Sullivan y Frank Lloyd Wright.

El jefe del ejecutivo es un gobernador elegido para un periodo de cuatro años. La Constitución del estado no limita el número de periodos que tanto el gobernador como el vicegobernador pueden servir. En el ámbito nacional, Illinois envía 2 senadores y 20 representantes al Congreso de los Estados Unidos.

FUENTE: Encarta 2000



**Industria**

La industria, acompañada de una migración masiva de trabajadores a las ciudades de Illinois, se expandió rápidamente. Con Chicago como núcleo de esta actividad económica, Illinois experimentó la expansión industrial más espectacular de la historia de los Estados Unidos. A mediados de la década de 1950, las industrias de hierro y acero ocupaban el primer lugar en toda la nación y representaban la mitad del total de los productos fabricados en el estado. En la década de 1960, Illinois incorporó fábricas de automóviles y neumáticos, así como equipos para el desarrollo del programa espacial estadounidense. Pero también Illinois ha mantenido su posición como uno de los estados agrícolas líderes durante la década de 1990, aunque este aspecto de su economía recibió un duro golpe en 1993 a causa del desbordamiento del Mississippi y otros ríos del Medio Oriente.

Asesoría y honorarios	\$ 4,815.40
TOTAL	\$ 28,872.40
Prima de Seguro 22%	\$ 63.56

**4.4 COTIZACIONES, INCOTERMS, TRANSPORTE Y SEGUROS**

Valor total asegurado en dólares  
 \$10.00 pesos

**INCOTERMS**

El INCOTERM que se utilizará para la negociación es el CIP<sup>7</sup>(Carriage and Insurance Paid to... name place of destination) Chicago, IL. INCOTERMS 2000 de la Cámara Internacional de Comercio.

Monto del Flete (Aéreo)	\$ 2,679.00
Otros Gastos	\$ 403.00
CPT	\$ 24,077.50

**Transporte**

El Transporte principal será la vía aérea, del Aeropuerto Internacional Benito Juárez de la ciudad de México al O'Hare Interantional Airtport de la ciudad de Chicago en los Estados Unidos con un tiempo de transito aproximado de 4-5hrs, ofreciendo salidas diarias. La empresa realizará embarques mensuales a través de la empresa reexpedidora Arel Shencker que se encargará de la logística de traslado de la mercancía desde la planta de Confecciones Saavedra en Morelia hasta el O'Hare International Airport en la ciudad de Chicago, lugar al que el comprador tendrá que acudir para la recolección de la mercancía que ahora le pertenece encargándose de los tramites, gestiones y pagos posteriores.

<sup>7</sup> Ver anexo 4



NOTA DE COSTOS PARA EXPORTACIÓN POR VÍA AEREA EN PAÍS DE DESTINO

DECEMBER 2009

**Seguros**

**Cálculo del seguro en dólares**

Tipo de cambio \$10.00 pesos

VALOR EN PESOS		VALOR EN DÓLARES (10.00)		TIEMPO
UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	
Valor EXW de la Mercancía	\$ 20,707.50	\$ 2,070.75	\$ 2,070.75	24
+ Despacho y Manejo Aduanal	\$ 288.00	\$ 28.80	\$ 28.80	24
+ Monto del Flete (Aéreo)	\$ 2,679.00	\$ 267.90	\$ 267.90	24
+ Otros Gastos	\$ 403.00	\$ 40.30	\$ 40.30	24
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 24,077.50</b>	<b>\$ 2,407.75</b>	<b>\$ 2,407.75</b>	
20% de Ganancia Imaginaria	\$ 4,815.40	\$ 481.54	\$ 481.54	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 28,892.40</b>	<b>\$ 2,889.24</b>	<b>\$ 2,889.24</b>	
Prima de Seguro .22%	\$ 63.56	\$ 6.36	\$ 6.36	

**Valor total asegurado en dólares**

Tipo de cambio \$10.00 pesos

Valor EXW de la Mercancía	\$ 20,707.50
Despacho y Manejo Aduanal	\$ 288.00
<b>FCA</b>	<b>\$ 20,995.50</b>
Monto del Flete (Aéreo)	\$ 2,679.00
Otros Gastos	\$ 403.00
<b>CPT</b>	<b>\$ 24,077.50</b>
Costo estimado del Seguro	\$ 64.00
<b>CIP</b>	<b>\$ 24,141.50</b>
Valor Asegurado de Destino	\$ 24,141.50
20% de Ganancia Imaginaria	\$ 4,828.30
<b>Valor Total Asegurado</b>	<b>\$ 28,969.80</b>
<b>Redondeo Valor Total Asegurado</b>	<b>\$ 29,000.00</b>
Prima de Seguro 29000* .22= 6380	22%



**HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACIÓN POR VÍA AÉREA EN PAÍS DE DESTINO**

INCOTERMS 2000

**CONCEPTO**

VALOR EN PESOS		VALOR EN DÓLARES (10.00)		TIEMPO
UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	Hrs.

**PRECIO DE EXPORTACIÓN EN PLANTA**

Precio de Venta en Planta	\$ 82.03	\$ 205,075.00	\$ 8.203	\$ 20,507.50	
Embalaje de Exportación	\$ 0.80	\$ 2,000.00	\$ 0.008	\$ 200.00	24

Marcas, números y etiquetas

<b>EXWORKS (EN FABRICA) (LUGAR ASIGNADO)</b>	<b>EXW</b>	<b>\$ 82.83</b>	<b>\$ 207,075.00</b>	<b>\$ 8.211</b>	<b>\$ 20,707.50</b>	<b>24</b>
--	------------	-----------------	----------------------	-----------------	---------------------	-----------

**TRAMITACIÓN DE DOCUMENTOS**

Permisos					
Autorizaciones					
Opiniones					
Certificados					
Visas					

**RECOLECCIÓN**

Maniobras de carga al Transp.					
Renta de equip. p/manejo de Pzas					
Acarreos					

**IMPUESTOS**

De Exportación (en su caso)					
<b>DESPACHO ADUANAL</b>	<b>\$ 1.15</b>	<b>\$ 2,880.00</b>	<b>\$ 0.115</b>	<b>\$ 288.00</b>	<b>2</b>

Documentación					
Gastos Complementarios					
Honorarios					
Financiamientos					

**SEGURO DE LA MERCANCÍA**

Hasta a bordo del Avión					
-------------------------	--	--	--	--	--

<b>FREE CARRIER (TRANSPORTE LIBRE) (LUGAR ASIGNADO)</b>	<b>FCA</b>	<b>\$ 83.98</b>	<b>\$ 209,965.00</b>	<b>\$ 8.326</b>	<b>\$ 20,995.50</b>	<b>26</b>
---	------------	-----------------	----------------------	-----------------	---------------------	-----------

**TRANSPORTE**

Corte de Guía Aérea	\$ 0.15	\$ 375.00	\$ 0.015	\$ 37.50	
Flete de Transporte Aéreo	\$ 10.72	\$ 26,790.00	\$ 1.072	\$ 2,679.00	2
Otros Gastos	\$ 1.46	\$ 3,650.00	\$ 0.146	\$ 365.00	

<b>FLETE PAGADO A... (CARRIAGE PAID TO) (LUGAR DE DESTINO ASIGNADO)</b>	<b>CPT</b>	<b>\$ 96.31</b>	<b>\$ 240,770.00</b>	<b>\$ 9.56</b>	<b>\$ 24,077.00</b>	<b>28</b>
---	------------	-----------------	----------------------	----------------	---------------------	-----------

**SEGURO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL**

Hasta lugar de Destino convenido	\$ 0.25	\$ 640.00	\$ 0.025	\$ 64.00	
----------------------------------	---------	-----------	----------	----------	--

<b>FLETE Y SEGURO PAGADO A... (CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO) CIP (LUGAR DE DESTINO ASIGNADO)</b>	<b>\$ 96.56</b>	<b>\$ 241,410.00</b>	<b>\$ 9.584</b>	<b>\$ 24,141.00</b>	<b>28</b>
--	-----------------	----------------------	-----------------	---------------------	-----------



**HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACIÓN POR VÍA AÉREA EN PAÍS DE DESTINO**

INCOTERMS 2000

4.5 ENVASE Y ENBALAJE

**CONCEPTO**

	VALOR EN PESOS		VALOR EN DÓLARES		TIEMPO Hrs.
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	
<b>MANIOBRAS</b> Descarga del avión a bodega convenida	\$ 1.24	\$ 3,100.00	\$ 0.124	\$ 310.00	2
<b>SEGURO DE LA MERCANCÍA</b> Hasta bodega convenida					
<b>RECOLECCIÓN</b> Maniobras de bodega hasta Transp.	\$ 3.44	\$ 8,600.00	\$ 0.034	\$ 86.00	4
<b>TRANSPORTE (PAIS DE DESTINO)</b> Flete de la aduana de importación					
<b>SEGURO DE TRANSPORTE</b> Hasta lugar de destino convenido					

<b>DDU (DELIVERY DUTY PAID) (ENTREGADO CON IMPUESTOS SIN PAGAR)</b>	<b>\$ 101.24</b>	<b>\$ 253,110.00</b>	<b>\$ 9.742</b>	<b>\$ 24,537.00</b>	<b>34</b>
---	------------------	----------------------	-----------------	---------------------	-----------

<b>TRAMITACIÓN DE DOCUMENTOS</b> Permisos Autorizaciones Certificados otros	\$ 0.23	\$ 580.00	\$ 0.023	\$ 58.00	2
<b>IMPUESTOS</b> De importación					
<b>DESPACHO ADUANAL</b> Honorarios Documentación Gastos complementarios	\$ 0.60	\$ 1,500.00	\$ 0.06	\$ 150.00	2
Otros Gastos en el país destino	\$ 1.40	\$ 3,500.00	\$ 0.14	\$ 350.00	2

<b>DDP (DELIVERED DUTY PAID) ( ENTREGADO CON IMPUESTOS PAGADOS)</b>	<b>\$ 103.47</b>	<b>\$ 258,690.00</b>	<b>\$ 9.965</b>	<b>\$ 25,095.00</b>	<b>40</b>
---	------------------	----------------------	-----------------	---------------------	-----------

<b>Precio CIP + 80% Utilidad</b>	<b>\$ 173.81</b>
----------------------------------	------------------

Ver anexo 1



## 7 CONTRATOS Y FORMAS DE PAGO

### 4.5 ENVASE Y EMBALAJE

#### Formas de Pago

#### Envase

Es una bolsa de plástico transparente de polietileno (PE) de 40\*30cms y .05 grs que se utilizará como una barrera contra la humedad durante su transportación.

#### Embalaje

El embalaje a utilizar es una caja de cartón corrugado 100% reciclable, y cuyas dimensiones son de 60\*40\*45 (largo, ancho, alto), un peso de 600grs, la caja contendrá 25 piezas cubiertas por una bolsa de plástico con un peso de 950 grs cada pieza, además la caja incluirá los símbolos gráficos correspondientes y será sellada con cinta adhesiva industrial de polipropileno (cinta canela).

### 4.6 DOCUMENTOS Y TRAMITES DE EXPORTACIÓN <sup>8</sup>

- ✓ Pedimento de Exportación
- ✓ Factura comercial
- ✓ Certificado de Origen
- ✓ Documento de embarque
- ✓ Lista de empaque

<sup>8</sup> Ver anexo 4



## 4.7 CONTRATOS<sup>9</sup> Y FORMAS DE PAGO

### Formas de Pago

La forma de pago que se ha decido para realizar las transacciones con el extranjero será a través de la CARTA DE CREDITO IRREVOCABLE CONFIRMADA Y PAGADERA A LA VISTA, ya que se considera la forma más conveniente y segura de pago en el Comercio Internacional. La Carta de Crédito deberá ser tramitada por el comprador en un plazo mínimo de 10 días antes a la fecha de la firma del contrato.

## 4.8 PROGRAMA DE ACTIVIDADES A CORTO PLAZO

Actividades	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Elaboración del proyecto		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Búsqueda de cliente		■										
Labor de venta			■									
Firma de contrato				■								

<sup>9</sup> Ver anexo 5



## 5.1 INVERSIONES

### Capital de Trabajo ( 3 meses)

Costo de producción	\$	615,225.00
Envase y embalaje	\$	6,000.00
Gastos Total de Envío	\$	102,975.00
Sueldo	\$	30,000.00
Renta	\$	7,500.00
Servicios	\$	12,000.00
Papejería	\$	750.00
	\$	774,450.00
Imprevistos 1%	\$	7,744.45
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>775,224.45</b>

# 5. ASPECTOS FINANCIEROS

Equipo de Oficina	\$	10,000.00
Equipo de Computo	\$	14,000.00
Imprevistos 1.5%	\$	360.00
<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>	<b>\$</b>	<b>24,360.00</b>

### Inversión Diferida

Registro de Marca en México	\$	1,880.00
<b>TOTAL INVERSION DIFERIDA</b>	<b>\$</b>	<b>1,880.00</b>

**TOTAL DE LA INVERSION \$ 801,464.45**

## 5.2 ESTRUCTURA FINANCIERA

Aportación de Socios	\$	801,464.45
No de acciones (V.N. 1000)	\$	801.46
<b>Total acciones por Emitir</b>		<b>802</b>



## 5.1 INVERSIONES

### Capital de Trabajo ( 3 meses)

Costo de producción	\$ 615,225.00
Envase y Embalaje	\$ 6,000.00
Gastos Total de Envío	\$ 102,975.00
Sueldo	\$ 30,000.00
Renta	\$ 7,500.00
Servicios	\$ 12,000.00
Papelería	\$ 750.00
	\$ 774,450.00
Imprevistos 1%	\$ 774.45
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 775,224.45</b>

	Ingreso Mensual	Ingreso Anual
173.81	\$434,520.00	\$5,214,240.00
173.81	\$449,293.68	\$5,391,524.16
173.81	\$464,569.67	\$5,574,836.98
173.81	\$480,365.03	\$5,764,380.40
173.81	\$496,697.44	\$5,960,369.34

DATOS	2003	2004	2005	2006	2007
Inversión fija	\$ 4,872.00	\$ 4,872.00	\$ 4,872.00	\$ 4,872.00	\$ 4,872.00
	\$ 188.00	\$ 188.00	\$ 188.00	\$ 188.00	\$ 188.00

### Inversión Fija

Equipo de Oficina	\$ 10,000.00
Equipo de Computo	\$ 14,000.00
Imprevistos 1.5%	\$ 360.00
<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>	<b>\$ 24,360.00</b>

### Inversión Diferida

Registro de Marca en México	\$ 1,880.00
<b>TOTAL INVERSION DIFERIDA</b>	<b>\$ 1,880.00</b>

**TOTAL DE LA INVERSION \$ 801,464.45**

## 5.2 ESTRUCTURA FINANCIERA

Aportación de Socios.	\$ 801,464.45
No de acciones (V.N. 1000)	\$ 801.46
<b>Total acciones por Emitir</b>	<b>802</b>



Clasificación de Costos y Gastos

**5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS**

Año	Unidades mensuales	Unidades Anuales	Precio de venta	Ingreso Mensual	Ingreso Anual
1	2500	30000	\$ 173.81	\$434,520.00	\$5,214,240.00
2	2585	31020	\$ 173.81	\$449,293.68	\$5,391,524.16
3	2673	32075	\$ 173.81	\$464,569.67	\$5,574,835.98
4	2764	33165	\$ 173.81	\$480,365.03	\$5,764,380.40
5	2858	34293	\$ 173.81	\$496,697.44	\$5,960,369.34

**5.4 PRESUPUESTO DE EGRESOS**

DATOS		2003	2004	2005	2006	2007
Inversión Fija	\$ 24,360.00	\$ 4,872.00	\$ 4,872.00	\$ 4,872.00	\$ 4,872.00	\$ 4,872.00
Inversión Diferida	\$ 1,880.00	\$ 188.00	\$ 188.00	\$ 188.00	\$ 188.00	\$ 188.00

<b>Depreciación</b>	
Dep= I.F/5	\$ 4,872.00

<b>Amortización</b>	
Amor=I.D/10	\$ 188.00



### 5.5 ESTADO DE RESULTADOS

## Clasificación de Costos y Gastos

CONCEPTOS	2003		2004		2005		2006		2007	
	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS
Depreciación		4872.00		4872.00		4872.00		4872.00		4872.00
Amortización		188.00		188.00		188.00		188.00		188.00
Costo de producción	2460900.00		2544570.60		2631086.00		2720542.92		2813041.38	
Envase y embalaje	24000.00		24816.00		25659.74		26532.18		27434.27	
Gasto total de envío	411900.00		425904.60		440385.36		455358.46		470840.65	
Alquiler		120000.00		120000.00		120000.00		120000.00		120000.00
Alquiler de planta		24000.00		24000.00		24000.00		24000.00		24000.00
Servicios		30000.00		30000.00		30000.00		30000.00		30000.00
Papelería		9600.00		9600.00		9600.00		9600.00		9600.00
<b>TOTAL</b>	<b>2896800.00</b>	<b>188660.00</b>	<b>2995291.20</b>	<b>188660.00</b>	<b>3097131.10</b>	<b>188660.00</b>	<b>3202433.56</b>	<b>188660.00</b>	<b>3311316.30</b>	<b>188660.00</b>

Ingreso	\$ 521,824.00	\$ 539,152.42	\$ 557,483.60	\$ 576,136.04	\$ 596,200.00
Costo Variable	\$ 289,680.00	\$ 299,529.12	\$ 309,713.11	\$ 320,243.36	\$ 331,131.63
M. De Contribución	\$ 231,744.00	\$ 239,623.30	\$ 247,770.49	\$ 256,194.68	\$ 265,068.37
Costos Fijos	\$ 18,866.00	\$ 18,866.00	\$ 18,866.00	\$ 18,866.00	\$ 18,866.00
U. N. antes de Imp.	\$ 212,878.00	\$ 220,757.30	\$ 228,904.49	\$ 237,328.68	\$ 246,202.37
ISR 35%	\$ 74,507.30	\$ 77,265.05	\$ 80,116.57	\$ 83,065.04	\$ 86,170.83
PTU 10%	\$ 21,287.80	\$ 22,075.73	\$ 22,890.45	\$ 23,732.87	\$ 24,620.24
Utilidad Neta	\$ 117,082.90	\$ 121,416.51	\$ 128,697.47	\$ 130,530.78	\$ 135,331.30

### 5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

	Costo Fijo	Cto. Variable Unitario	Unidades	Costo Total	\$ Venta	Pg
P.E. Unidades	\$188,660.00	\$ 96.54	30000	\$3,085,460.00	\$ 173.81	
P.E. Pesos	\$188,660.00	\$ 96.54	30000	\$3,085,460.00	\$ 173.81	
P.E. P.mínimo	\$188,660.00	\$ 96.54	30000	\$3,085,460.00	\$ 173.81	

### 5.7 PRINCIPALES RAZONES FINANCIERAS

Formula	Rentabilidad= U. Neta/Inversión Total
U. Neta	\$ 1,170,829.00
I. Total	\$ 801,464.45
<b>RENTABILIDAD</b>	<b>146.09%</b>



### 5.5 ESTADO DE RESULTADOS

CONCEPTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso	\$ 5,214,240.00	\$ 5,391,524.16	\$5,574,835.98	\$ 5,764,380.40	\$ 5,960,369.34
Costo Variable	\$ 2,896,800.00	\$ 2,995,291.20	\$3,097,131.10	\$ 3,202,433.56	\$ 3,311,316.30
M. De Contribución	\$ 2,317,440.00	\$ 2,396,232.96	\$2,477,704.88	\$ 2,561,946.85	\$ 2,649,053.04
Costos Fijos	\$ 188,660.00	\$ 188,660.00	\$ 188,660.00	\$ 188,660.00	\$ 188,660.00
U.N. antes de Imp.	\$ 2,128,780.00	\$ 2,207,572.96	\$2,289,044.88	\$ 2,373,286.85	\$ 2,460,393.04
ISR 35%	\$ 745,073.00	\$ 772,650.54	\$ 801,165.71	\$ 830,650.40	\$ 861,137.56
PTU 10%	\$ 212,878.00	\$ 220,757.30	\$ 228,904.49	\$ 237,328.68	\$ 246,039.30
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 1,170,829.00</b>	<b>\$ 1,214,165.13</b>	<b>\$1,258,974.68</b>	<b>\$ 1,305,307.77</b>	<b>\$ 1,353,216.17</b>

### ESTADO DE RESULTADOS (dólares)

Tipo de Cambio \$10.00

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso	\$ 521,424.00	\$ 539,152.42	\$ 557,483.60	\$ 576,438.04	\$ 596,036.93
Costo Variable	\$ 289,680.00	\$ 299,529.12	\$ 309,713.11	\$ 320,243.36	\$ 331,131.63
M. De Contribución	\$ 231,744.00	\$ 239,623.30	\$ 247,770.49	\$ 256,194.68	\$ 264,905.30
Costos Fijos	\$ 18,866.00	\$ 18,866.00	\$ 18,866.00	\$ 18,866.00	\$ 18,866.00
U. N. antes de Imp.	\$ 212,878.00	\$ 220,757.30	\$ 228,904.49	\$ 237,328.68	\$ 246,039.30
ISR 35%	\$ 74,507.30	\$ 77,265.05	\$ 80,116.57	\$ 83,065.04	\$ 86,113.74
PTU 10%	\$ 21,287.80	\$ 22,075.73	\$ 22,890.45	\$ 23,732.87	\$ 24,603.93
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 117,082.90</b>	<b>\$ 121,416.51</b>	<b>\$ 125,897.47</b>	<b>\$ 130,530.78</b>	<b>\$ 135,321.61</b>

### 5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

	Costo Fijo	Cto Variable Unitario	Unidades	Costo Total	\$ Venta	P.E.
<b>P.E. Unidades</b>	\$188,660.00	\$ 96.56	30000	\$3,085,460.00	\$ 173.81	2442.
<b>P.E. Pesos</b>	\$188,660.00	\$ 96.56	30000	\$3,085,460.00	\$ 173.81	\$ 188,660.
<b>P.E. P.mínimo</b>	\$188,660.00	\$ 96.56	30000	\$3,085,460.00	\$ 173.81	\$ 102.

### 5.7 PRINCIPALES RAZONES FINANCIERAS

Formula	Rentabilidad= U.Neta/Inversión Total
U. Neta	\$ 1,170,829.00
I. Total	\$ 801,464.45
<b>RENTABILIDAD</b>	<b>146.09%</b>



	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Utilidad por acción</b> Utilidad Neta No. De acciones	\$ 1,459.89	\$ 1,513.92	\$ 1,569.79	\$ 1,627.57	\$ 1,687.30
<b>Rentabilidad por acción</b> Utilidad por acción * 100 Valor en libros de acciones	182.03%	188.77%	195.73%	202.94%	210.39%

### 5.8 TASA INTERNA DE RETORNO

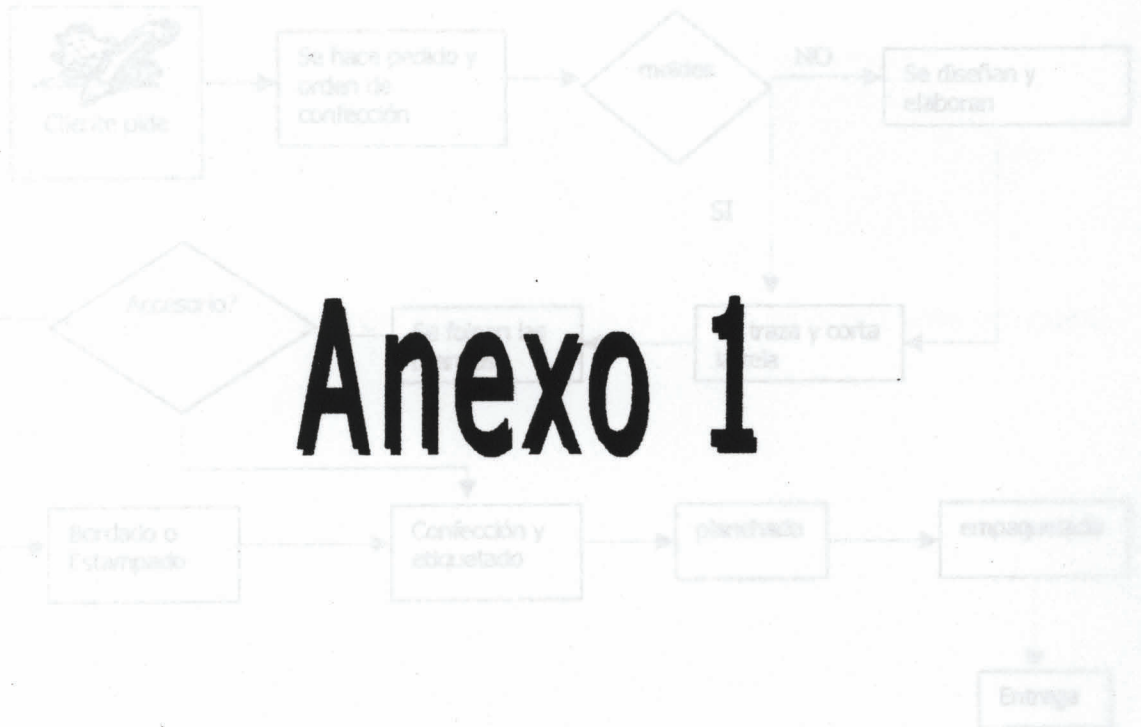
Año	U. Neta	Dep + Amort	Inv. Socios	Flujo neto de Efectivo
0	0	0	\$801,464.45	-\$ 801,464.45
1	\$1,170,829.00	\$ 5,056.00	\$ -	\$ 1,175,885.00
2	\$1,214,165.13	\$ 5,056.00	\$ -	\$ 1,219,221.13
3	\$1,258,974.68	\$ 5,056.00	\$ -	\$ 1,264,030.68
4	\$1,305,307.77	\$ 5,056.00	\$ -	\$ 1,310,363.77
5	\$1,353,216.17	\$ 5,056.00	\$ -	\$ 1,358,272.17

Año	Flujo de Efectivo	VPN 150%
0	-\$ 801,464.45	-\$801,464.45
1	\$ 1,175,889.00	\$470,355.60
2	\$ 1,219,225.13	\$195,076.02
3	\$ 1,264,034.68	\$80,898.22
4	\$ 1,310,367.77	\$33,545.41
5	\$ 1,358,276.17	\$13,908.75
		-\$7,680.45

**TIR 148.54%** Esto significa por cada peso que los socios inviertan ganaran \$1.4854 pesos.



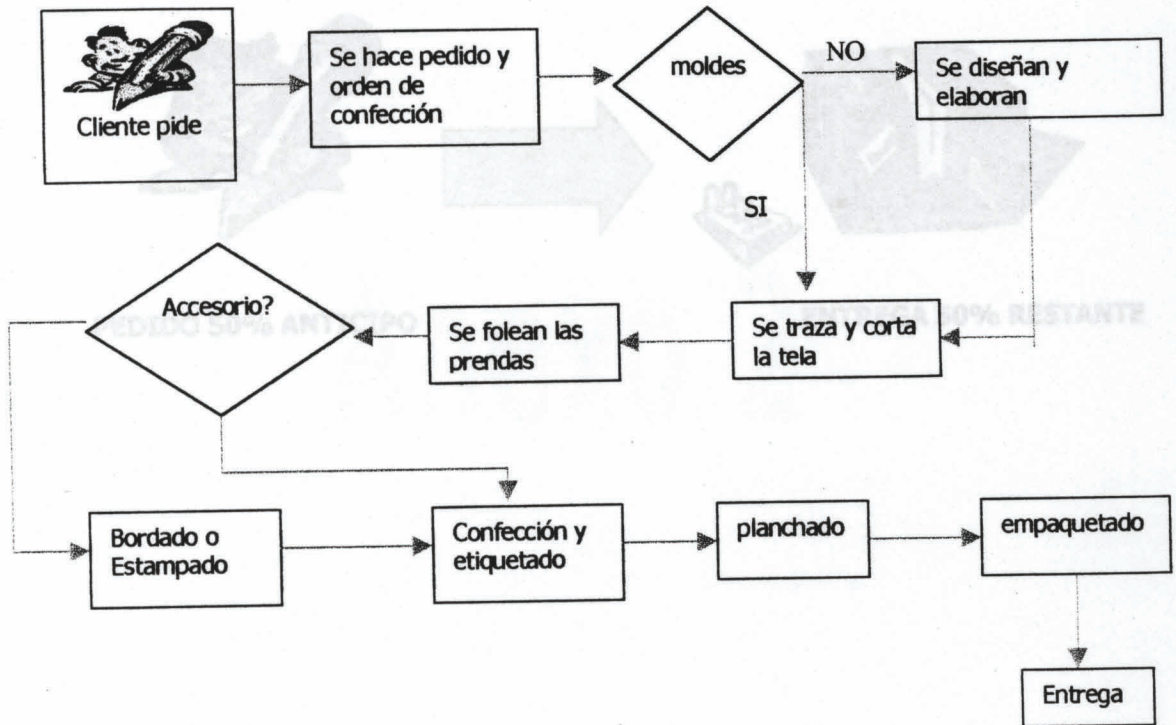
## PROCESO PRODUCTIVO



# Anexo 1



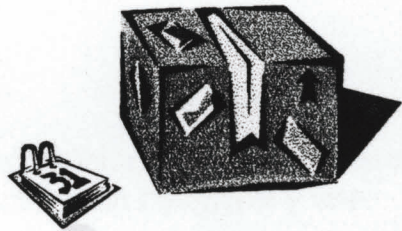
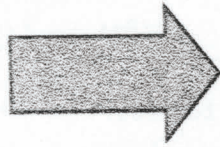
PROCESO PRODUCTIVO (ONAL)



## PROCESO PEDIDO-PAGO (NACIONAL)



**PEDIDO 50% ANTICIPO**



**ENTREGA 50% RESTANTE**

Anexo 2



## DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

### Gerente General:

- × Selecciona y contrata al personal
- × Atiende y mantiene el contacto con los clientes
- × Realiza labor de ventas
- × Coordina la elaboración de patrones y nuevos diseños
- × Lleva control de los ingresos del negocio
- × Programa las compras de insumos
- × Asigna el trabajo al cortador y a los talleres

Nivel de preparación: Ingeniería en Mecánica Industrial, conocimientos mínimos de Inglés, pos-grado en Proyectos de Inversión, cuenta con pasaporte y visa.

# Anexo 2

### Contadora:

- × Elabora información financiera
- × Hace corte de caja de la tienda

Nivel de preparación: Contador Público, conocimientos en computación, un poco de Inglés, cursos de actualización en materia de fiscal, contabilidad y admón.

### Secretaria:

- × Elabora y paga nomina
- × Hace pedidos a los proveedores
- × Prepara documentos para las licitaciones
- × Elabora facturas
- × Elabora póizas
- × Control de bancos

Nivel de preparación: Secretaria comercial, conocimientos computación, estudio Inglés.

## DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

### JEFE DE TALLER:

#### Gerente General:

- ✗ Selecciona y contrata al personal
- ✗ Atiende y mantiene el contacto con los clientes
- ✗ Realiza labor de ventas
- ✗ Coordina la elaboración de patrones y nuevos diseños
- ✗ Lleva control de los ingresos del negocio
- ✗ Programa las compras de insumos
- ✗ Asigna el trabajo al cortador y a los talleres

**Nivel de preparación:** Ingeniería en Mecánica Industrial, conocimientos mínimos de Inglés, pos-grado en Proyectos de Inversión, cuenta con pasaporte y visa.

### OPERARIOS AREA DE COSTURA:

#### Contadora:

- ✗ Elabora información financiera
- ✗ Hace corte de caja de la tienda

**Nivel de preparación:** Contador Público, conocimientos en computación, un poco de Inglés, cursos de actualización en materia de fiscal, contabilidad y admón.

#### Secretaria:

- ✗ Elabora y paga nomina
- ✗ Hace pedidos a los proveedores
- ✗ Prepara documentos para las licitaciones
- ✗ Elabora facturas
- ✗ Elabora pólizas
- ✗ Control de bancos

**Nivel de preparación:** Secretaria comercial, conocimientos computación, estudia Inglés.



**JEFA DE TALLER:**

- ✕ Recibe las piezas cortadas del área de corte
- ✕ Asigna las tareas a los operarios
- ✕ Supervisa el trabajo
- ✕ Cose

**CORTADOR:**

- ✕ Corta las piezas de acuerdo al pedido
- ✕ Las pasa al área de costura

**OPERARIOS ÁREA DE COSTURA:**

- ✕ Cosen las prendas

**OPERARIOS ÁREA DE TERMINADO:**

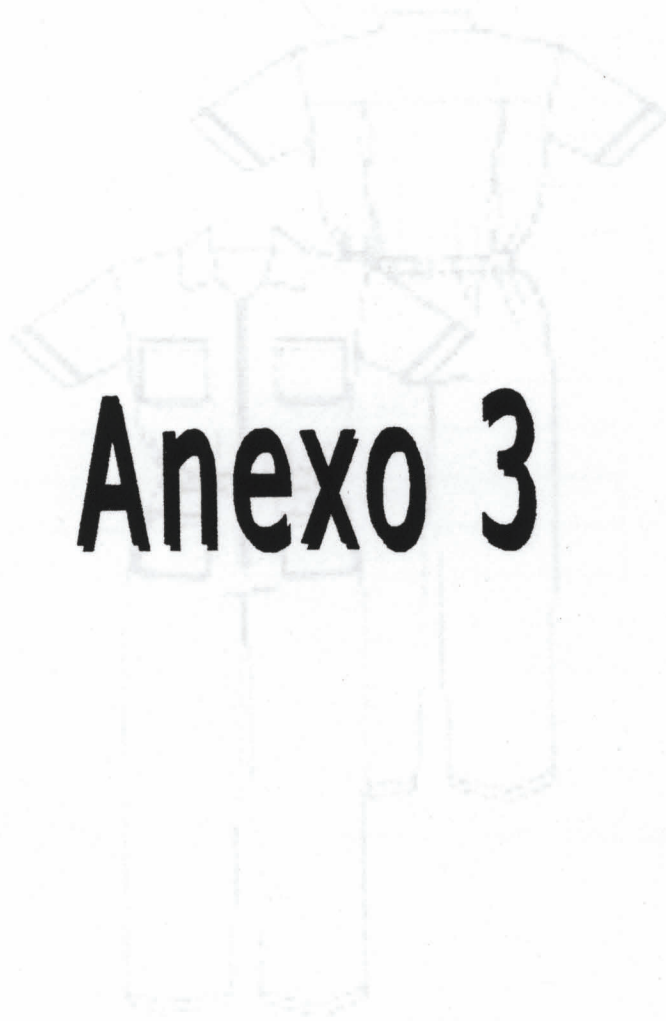
- ✕ Hacen ojales y los abren
- ✕ Ponen botones
- ✕ Planchan, Embolsan y empacan

**POSICIONES CLAVE VACANTES**

La persona que se encargue de atender el mercado extranjero en el empresa Confecciones Saavedra deberá reunir por lo menos los siguientes requisitos:

- ☐ Licenciado en Comercio Internacional
- ☐ Experiencia en proyectos
- ☐ Inglés 100%
- ☐ Manejo de equipo de computo
- ☐ Sexo indistinto
- ☐ Edad 23 - 40 años
- ☐ Buena presentación
- ☐ Con iniciativa

OVERALL



# Anexo 3



NORMA

ISO **OVERALL**

ISO 9073-2:1989

ISO 9073-3:1989

ISO 9073-4:1989

ISO 9092:1989

ISO 3635:1981

ISO 3636:1981

ISO 8558:1989

ISO 8559:1989

ISO 8560:1989

ISO 8561:1989

ISO 8562:1989

ISO 8563:1989

ISO 8564:1989

ISO 8565:1989

ISO 8566:1989

ISO 8567:1989

ISO 8568:1989

ISO 8569:1989

ISO 8570:1989

ISO 8571:1989

ISO 8572:1989

ISO 8573:1989

ISO 8574:1989

ISO 8575:1989



FUENTE: Guía de Exportación Industrial de México y América de Norte, México, Bancorint 2000.

<b>NORMA</b>
ISO 9073-1:1989
ISO 9073-2:1989
ISO 9073-3:1989
ISO 9073-4:1989
ISO 9092:1988
ISO 3635:1981
ISO 3636:1977
ISO 3637:1977
ISO 8559:1989
ISO /TR 10652:1991
ISO 105-B01:1989
ISO 105-C05:1989
ISO 105-C06:1987
ISO 105-D01:1987
ISO 105-E01:1989
ISO 105-E04:1989
ISO 3758:1991
ISO 7770:1985
ISO 2403:1972
ISO 4212:1981
ISO 4913:1981

FUENTE: Guía de Exportación Sectorial de Textiles y prendas de Vestir. México. Bancomext 2000.



CIP: Carriage and Insurance Paid to (flete y seguro pagado hasta...)

El vendedor contrata y paga el transporte principal y además el seguro, según sea en el término CPT. La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercancías han sido entregadas al primer transportista.

## PEDIMENTO DE EXPORTACIÓN

Es obligación de quienes exporten mercancías presentar en la aduana un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por conducto de un agente aduanal. En los casos en que las mercancías estén sujetas a regulaciones o restricciones no arancelarias a la exportación, el pedimento debe soportar con los documentos comprobatorios de cumplimiento de esas regulaciones o restricciones. Dicho pedimento de exportación se debe acompañar de:

- La factura o en su caso cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, de preferencia en idioma inglés.
- Los documentos que acrediten el cumplimiento de las regulaciones o restricciones no arancelarias.
- Es recomendable indicar los números de serie, marca y modelo o, en su defecto, las especificaciones técnicas o comerciales necesarias para identificar las mercancías y distinguirlas de otras similares.

El pedimento de exportación permite a la empresa comprobar sus exportaciones ante la SHCP para efectos fiscales que correspondan (devolución o acreditamiento de contribuciones e IVA principalmente).

## FACTURA COMERCIAL

Para fines aduaneros en México es posible exportar sin factura, pero en el país destino es necesario que todo se ampare con una factura comercial. Esta se presenta en original y seis copia, con firma autógrafa, en español e inglés y debe incluir la siguiente información:

- Aduana de salida del país y puerto de entrada del país de destino
- Nombre y dirección del vendedor o del embarcador
- Nombre y dirección del comprador o consignatario
- Descripción detallada de la mercancía (nombre con el que se conoce la mercancía, el grado o la calidad, la marca, los números y símbolos que utiliza el fabricante, relacionando cada renglón con los bultos o lista de empaque), no debe contener descripciones numéricas ambiguas o confusas

**CIP:** Carriage and Insurance Paid to (flete y seguro pagado hasta...)

El vendedor contrata y paga el transporte principal y además el seguro, igual que en el término CPT. La responsabilidad del vendedor termina cuando los bienes han sido entregados al primer transportista.

## **PEDIMENTO DE EXPORTACIÓN**

Es obligación de quienes exporten mercancías presentar en la aduana un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por conducto de un agente aduanal. En los casos en que las mercancías estén sujetas a regulaciones o restricciones no arancelarias a la exportación, el pedimento debe soportar con los documentos comprobatorios de cumplimiento de esas regulaciones o restricciones. Dicho pedimento de exportación se debe acompañar de:

- La factura o en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, de preferencia en dólares estadounidenses.
- Los documentos que comprueben el cumplimiento de las regulaciones o restricciones no arancelarias a la exportación.
- Es recomendable indicar los números de serie, marca y modelo o, en su defecto, las especificaciones técnicas o comerciales necesarias para la identificar las mercancías y distinguir las de otras similares

El pedimento de exportación permite a la empresa comprobar sus exportaciones ante la SHCP para efectos fiscales que correspondan (devolución o acreditamiento de contribuciones e IVA principalmente).

## **FACTURA COMERCIAL**

Para fines aduaneros en México es posible exportar sin factura, pero en el país destino es necesario que todo se ampare con una factura comercial. Esta se presenta en original y seis copia, con firma autógrafa, en español e inglés y debe incluir la siguiente información:

- Aduana de salida del país y puerto de entrada del país de destino
- Nombre y dirección del vendedor o del embarcador
- Nombre y dirección del comprador o consignatario
- Descripción detallada de la mercancía (nombre con el que se conoce la mercancía, el grado o la calidad, la marca, los números y símbolos que utiliza el fabricante, relacionando cada renglón con los bultos o lista de empaque), no debe contener descripciones numéricas ambiguas o confusas



- Cantidades, peso y medidas del embarque
- Precio de cada mercancía enviada, especificando el tipo de moneda (valor de la operación debe expresarse en moneda de inmediata convertibilidad, como dólares estadounidenses, marcos, libras, etc.) y señalar su equivalente en moneda nacional, sin incluir IVA
- Tipo de divisa utilizada
- Condiciones de venta de acuerdo a los Términos Internacionales de Comercio (INCOTERMS). Los montos por concepto de flete, primas de seguro, comisiones y costos de embalaje para el transporte deben desglosarse en caso de que el cliente lo solicite o según las condiciones de venta. En el país de destino, estos conceptos pueden ser parte de la base gravable para calcular los impuestos a la importación, lugar y fecha de expedición si la factura se compone de dos o más hojas, estas deben numerarse consecutivamente.

### **CERTIFICADO DE ORIGEN**

Es formalmente, el documento en donde se manifiesta que un producto es originario del país o de la región y que, puede gozar del trato preferencial arancelario. Por consiguiente, es un documento necesario para el desaduanamiento de las mercancías en cualquier parte del mundo, cuando se pretende tener acceso a tratamiento arancelarios preferenciales.

### **DOCUMENTO DE TRANSPORTE (Air Bill) Guía aérea**

Es el título de consignación que expide la compañía transportista, original y seis copias, en el que se indica que la mercancía se ha embarcado a un destino determinado y se hace constar la condición en que se encuentra. A partir de ese momento el transportista es responsable del envío y la custodia de la mercancía hasta el punto de destino, de acuerdo con las condiciones pactadas.

Este título se incluye en la documentación que se envía al importador. Los términos del documento de transporte deben, coincidir con los de la carta de crédito, o en su caso, con los del contrato de venta y la factura.

EL documento debe coincidir con lo señalado en los documentos citados (factura, lista de empaque, etc.) en lo referente a la descripción de la mercancía, las características del embalaje y las cantidades (por ejemplo, 20 bultos, 10 cajas). Se debe conservar la copia del documento de transporte como respaldo a cualquier tipo de problema que se pudiera presentar.



## LISTA DE EMPAQUE

Es un documento que permite al exportador, transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y saber qué contiene cada bulto o caja; por ello debe realizarse en empaque metódico, que coincida con la factura. Con la lista de empaque se garantiza al exportador que durante el tránsito de sus mercancías se dispondrá de un documento claro que identifique el embarque completo ya que, en caso de percance, se podrá hacer, sin mayores dificultades, las reclamaciones correspondientes a la compañía de seguros.

En la lista se indicará la cantidad exacta de los artículos que contiene cada caja, bultos, envase u otro tipo de embalaje. En cada uno se deben anotar, en forma clara y legible, los números y las marcas que lo identifiquen, mismos que deben relacionarse en la factura, escribiéndose al lado la descripción de cada una de las mercancías que contiene. Se debe procurar empacar junta la mercancía del mismo tipo, ya que esto simplifica la revisión de la aduana y se evita que ésta sea más profunda.

Un embarque confuso (que contenga mercancías diferentes en un solo paquete y que no está debidamente relacionadas) propicia que el funcionario de la aduana, al tratar de establecer la cantidad de un solo tipo de mercancías, verifique todos los bultos o caja. Ello genera gastos de maniobra no considerados, lo que aumenta el costo del producto, el tiempo de entrega y los riesgos para el buen resguardo de las mercancías.

En este desglose deben indicarse el peso y el volumen describiendo el tipo de empaque y embalaje utilizados), en forma detallada; hay que agregar la información específica de que se disponga, así como el análisis químico en su caso.

La lista de empaque la elabora el exportador en original y seis copias, se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista.

También es recomendable indicar la medida de los bultos, debido a que en algunos casos el flete se cotiza por la relación peso-volumen-valor del embarque.



MODELO DE CONTRATO DE COMPRA-VENTA  
INTERNACIONAL DE MERCADERIAS

Contrato de compra-venta que celebran por un parte la empresa CONFECCIONES SAAVEDRA representada en este acto por Juán Armando Saavedra Fuentes y por la otra la empresa SMITH COMPANY representada por Kevin Smith a quienes en lo sucesivo se les denominará como "La Vendedora" y "La Compradora" respectivamente, de acuerdo con las siguientes declaraciones y cláusulas:

DECLARACIONES

Declara "La Vendedora"

- I. Que es una persona física legalmente constituida de conformidad con las leyes de la República Mexicana el 1 De Marzo De 1990 De Acuerdo Con El Acta Emendada Por La Secretaría De Hacienda Y Crédito Publico.
- II. Que dentro de su objeto social y otras actividades, las de fabricación, comercialización, importación y distribución de prendas de vestir para señoras, niñas y niños.
- III. Que cuenta con la capacidad, conocimientos, experiencia y el personal adscuendo para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede.
- IV. Que el Cerente General es su legítimo representante y en consecuencia, se encuentra ostensiblemente facultado para suscribir el presente instrumento y obligar a su representado en los terminos de mismo.
- V. Que tiene su domicilio en Banquero De las Casas # 161 Centro, Morelia, Mich. mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

Declara "La Compradora"

- I. Que es una empresa constituida de acuerdo con las leyes en Estados Unidos de Norteamérica y que se dedica entre otras actividades a la comercialización e importación de los productos a que se refiere la declaración II de "La Vendedora".
- II. Que conoce las características y especificaciones de los productos objeto del presente contrato.
- III. Que el Sr. Kevin Smith es su legítimo representante y está facultado para suscribir este contrato.
- IV. Que tiene su domicilio en Boston Street # 4567, Chicago, IL, mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

FUENTE: Guía de Exportación Manual de Contratos, Bancorrest 2000.

Anexo 5

**MODELO DE CONTRATO DE COMPRA-VENTA  
INTERNACIONAL DE MERCADERIAS**

Contrato de compra-venta que celebran por un parte la empresa **CONFECCIONES SAAVEDRA** representada en este acto por Julio Armando Saavedra Fuentes y por la otra la empresa **SMITH COMPANY** representada por Kevin Smith a quienes en lo sucesivo se les denominará como "La Vendedora" y "La Compradora" respectivamente, de acuerdo con las siguientes declaraciones y cláusulas:

**DECLARACIONES**

Declara "La Vendedora"

- I. Que es una persona física legalmente constituida de conformidad con las leyes de la República Mexicana el 1 De Marzo De 1990 De Acuerdo Con El Acta Emitida Por La Secretaría De Hacienda Y Crédito Publico.
- II. Que dentro de su objeto social se encuentran entre otras actividades, las de fabricación, comercialización y exportación de Uniformes Escolares, Secretariales e Industriales.
- III. Que cuenta con la capacidad, conocimientos, experiencia y el personal adecuado para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede.
- IV. Que el Gerente General es su legítimo representante y en consecuencia, se encuentra debidamente facultado para suscribir el presente instrumento y obligar a su representada en los términos de mismo.
- V. Que tiene su domicilio en Bartolomé De Las Casas # 161 Centro, Morelia, Mich. mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

Declara "La Compradora"

- I. Que es una empresa constituida de acuerdo con las leyes en Estados Unidos de Norteamérica y que se dedica entre otras actividades a la comercialización e importación de los productos a que se refiere la declaración 11 de "La Vendedora".
- II. Que conoce las características y especificaciones de los productos objeto del presente contrato.
- III. Que el Sr. Kevin Smith es su legítimo representante y está facultado para suscribir este contrato.
- IV. Que tiene su domicilio en Boston Street # 4567, Chicago, IL mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

FUENTE: Guía de Exportación Manual de Contratos, Bancomext 2000.



Ambas partes declaran:

Que tienen interés en realizar las operaciones comerciales a que se refiere el presente contrato, de conformidad con las anteriores declaraciones y al tenor de las siguientes:

## CLÁUSULAS

**PRIMERA.-** Objeto del Contrato. Por medio de este Instrumento "La Vendedora" se obliga a vender y "La Compradora" a adquirir 2500 Overalls para uso de Trabajo Industrial 100% Algodón, Color Beige, Tallas M - XXL el día 2 de Mayo del 2003.

**SEGUNDA.-** Precio. El precio de los productos objeto de este contrato que "la Compradora" se compromete a pagar será la cantidad de USD\$ 9.584 CIP O'Hare International Airport INCOTERMS, 2000 CCI. por cada pieza recibida.

**TERCERA.-** Forma de pago. "El Comprador" se obliga a pagar a "La Vendedora" el precio pactado en la cláusula anterior, mediante carta de crédito documentaria, confirmada e irrevocable y pagadera a la vista contra entrega de los documentos siguientes: Lista de Encargo, Factura Comercial, Guía Aérea.

De conformidad con lo pactado en el párrafo anterior, "La Compradora" se compromete a realizar las gestiones correspondientes, a fin de que se establezca la carta de crédito en las condiciones antes señaladas en el banco BBVA Bancomer, Sucursal 23456 de la ciudad de Morelia, Michoacán con una vigencia de 30 días a partir de la fecha de entrega de la Mercancía.

Los gastos que se originen por la apertura y manejo de la carta de crédito, serán pagados por "La Compradora".

**CUARTA.-** Envase y embalaje de las mercancías. "La Vendedora" se obliga a entregar las mercancías objeto de este contrato, en el lugar señalado en la cláusula segunda anterior cumpliendo con las especificaciones siguientes: cada prenda será empacada individualmente dentro de una bolsa de plástico de polietileno y posteriormente colocadas dentro de una caja de cartón de doble corrugado cuyas dimensiones son: 60\*40\*45 (largo\*ancho\*alto), la cual deberá contener 25 piezas cada una.

**QUINTA.-** Fecha de entrega. "La Vendedora" se obliga a entregar las mercancías a que se refiere este contrato dentro de los 30 días posteriores a la fecha en que reciba la confirmación de la carta de crédito que se menciona en la cláusula tercera del presente contrato.

**SEXTA.-** Patentes y marcas. "La Vendedora" declara y "La Compradora" reconoce que los productos objeto de este contrato, se encuentran debidamente registrados al amparo de la marca número 123589-JAS ante la Dirección General de Desarrollo Tecnológico, de la Secretaría de Economía.

**SÉPTIMA.-** Vigencia del contrato. Ambas partes convienen que una vez que "La Vendedora" haya entregado la totalidad de la mercancía convenida en la cláusula primera; y "La Compradora" haya cumplido plenamente con todas y cada una de las obligaciones estipuladas en el presente instrumento operará automáticamente su terminación.



**OCTAVA.-** Rescisión por incumplimiento. Ambas partes podrán rescindir este contrato en el caso de que una de ellas incumpla sus obligaciones y se abstenga de tomar medidas necesarias para reparar dicho incumplimiento dentro de los 15 días siguientes al aviso, notificación o requerimiento que la otra parte le haga en el sentido de que proceda a reparar el incumplimiento de que se trate.

La parte que ejercite su derecho a la rescisión deberá de dar aviso a la otra, cumplido que sea el término a que refiere el párrafo anterior.

**NOVENA.-** Subsistencia de las obligaciones. La rescisión o terminación de este contrato de manera alguna a la validez y exigibilidad de las obligaciones contraídas con anterioridad, o de aquellas ya formadas que, por su naturaleza o disposición de la ley, o por voluntad de las partes, deban diferirse a fecha posterior. En consecuencia, las partes podrán exigir aún con posterioridad a la rescisión o terminación del contrato el cumplimiento de estas obligaciones.

**DÉCIMA.-** Cesión de Derechos y Obligaciones. Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivados de este contrato.

**DÉCIMA PRIMERA.-** Límite de la responsabilidad contractual. Ambas partes aceptan que no será imputable a ninguna de ellas, la responsabilidad derivada de caso fortuito o fuerza mayor y convienen en suspender los derechos y obligaciones establecidos en este contrato los cuales podrán reanudar de común acuerdo en el momento en que desaparezca el motivo de la suspensión, siempre y cuando se trate de los casos previstos en esta cláusula.

**DÉCIMA SEGUNDA.-** Legislación aplicable. En todo lo convenido y en lo que no se encuentre expresamente previsto, este contrato se regirá por las leyes vigentes en la República Mexicana, particularmente lo dispuesto en la Convención de Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de mercaderías, en su defecto, por los usos y prácticas comerciales reconocidos por estas.

**DÉCIMA TERCERA.-** Arbitraje. Para la interpretación, ejecución y cumplimiento de las cláusulas de este contrato y para la solución de cualquier controversia que se derive del mismo, las partes convienen en someterse a la conciliación y arbitraje de la Comisión para la Protección del Comercio Exterior de México, auspiciada por el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., con domicilio en la ciudad de México, Distrito Federal, de conformidad con lo dispuesto en El Reglamento de Procedimientos de la Comisión Interamericano de Arbitraje Comercial (CIAC).

Se firma este contrato en la ciudad de Morelia, Mich.

a los ~~07~~ días del mes de ~~Noviembre~~ del 2002.

"La Vendedora"

"La Compradora"

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## CONCLUSIÓN:

Con el desarrollo de este proyecto se ha determinado que el mercado de Estados Unidos es una buena oportunidad para realizar la exportación de los uniformes industriales que la empresa Confecciones Saavedra ofrece para ese mercado; como ya se analizó previamente existen grandes posibilidades de posicionamiento.

Se ha concluido que resulta viable dicha exportación ya que podemos satisfacer la demanda de este segmento, además de que contamos con un producto que se encuentra en constante crecimiento, y el cual cuenta con las características, calidad, diseños deseados y un precio accesible.

Además como una ventaja adicional en este proyecto es la existencia del Tratado de Libre Comercio (Tratado de Libre Comercio del Triángulo del Norte), permitiéndonos un trato preferencial, es decir, aranceles, impuestos, etc.

Una vez realizado un estudio profundo de este proyecto y analizado todas sus variantes, podemos proseguir con llevar a la realidad este proyecto de manera exitosa.

## BIBLIOGRAFÍA

- » <http://www.secretariaeconomia.gob>
- » <http://www.tradeport.org>
- » <http://www.census.gov>
- » <http://www.bancomext.com>
- » <http://www.ciafactbook>
- » *Guía de Exportación Sectorial Textiles y Prendas de Vestir México, Bancomext 2000.*
- » *Guía de Exportación Manual de Contratos México, Bancomext 2000.*
- » *TIGI*
- » *Guía Básica del Exportador, 8ª edición México, Bancomext 2000.*
- » *Encarta, 2000.*
- » *How to negotiate anything with anyone anywhere around the world, AMACON. American Management Asociation.*