

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

# Proyecto de exportación de muebles de madera al mercado de Costa Rica

**Autor: Erandy Yuritzi Jiménez López**

**Tesis presentada para obtener el título de:  
Lic. En Comercio internacional**

**Nombre del asesor:  
Miguel Ángel Gutiérrez Calderón**

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 EXPORTACION DE MUEBLES DE MADERA AL MERCADO DE COSTA RICA”

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

PRESENTA:

Erandy Yuritzi Jiménez López

ASESOR:

C.P. Miguel Angel Gutiérrez Calderón

No. DE ACUERDO: LCI 000201    CLAVE: 16PSU0011T



ZAVALA T584



# UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL

## “PROYECTO DE EXPORTACION DE MUEBLES DE MADERA AL MERCADO DE COSTA RICA”

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

PRESENTA:

**Erandy Yuritzi Jiménez López**

ASESOR:

**C.P. Miguel Angel Gutiérrez Calderón**

No. DE ACUERDO: LCI 000201    CLAVE: 16PSU0011T



## DEDICATORIAS

A Dios, por la maravillosa oportunidad que con esta vida me dio y por estar siempre cerca de mí, impulsándome e indicándome el camino que debo seguir.

A mis Padres, María Magdalena por desempeñar perfectamente el papel de lo que debe ser una madre; gracias por ser mi freno y consuelo en esta vida en la cual a veces no podemos distinguir bien los límites y nadie nos tiende una mano, gracias por esto y por todo lo demás.

Y

A Juan Francisco por sus enseñanzas, apoyo, confianza, amor y comprensión; gracias por impulsarme a ser siempre mejor y por enseñarme que los grandes logros necesitan de grandes sacrificios.

A mis Hermanos, Itzy gracias por estar junto a mí en cada momento de mi vida, por escucharme y sobre todo por creer y confiar en mí. Eres un pilar fuerte en mi vida.

Y

A Ti, Juan, gracias por hacerme más soportables y amenos los malos momentos de mi vida, gracias por tus bromas, consejos, regaños e impulsos pero sobre todo gracias por tu risa que ilumina mi alma.

## AGRADECIMIENTOS

A la Ing. Mayra Banderas, por la paciencia, impulso e interés que siempre me brindo durante mi formación profesional.

Al C.P Miguel Ángel Gutiérrez C., por ser amigo y maestro al mismo tiempo y por compartirme el valioso tesoro de su experiencia y sabiduría.

A todos mis maestros, por que de cada uno de ellos aprendí cosas que sin duda serán la base de mi éxito profesional y personal.

A Jonatán, por ser un excelente amigo, gracias por enseñarme a mostrarme como realmente soy y por todo el tiempo compartido.

A todos mis compañeros y amigos, por la enseñanza de que todos somos diferentes y que aun así el aprecio y la gratitud puede crecer en nuestros corazones.

**“ QUIEN TIENE UN POR QUÉ VIVIR,  
PUEDE SOPORTAR CASI CUALQUIER  
CÓMO”**

**FRIEDRICH WILHELM NIETZSCHE**

## INDICE

INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	2
RESUMEN EJECUTIVO	5
<b>I. La Empresa y el personal clave</b>	
1.1 Antecedentes de la Empresa	8
1.2 Misión, Objetivos y Metas	8
1.3 Portafolio de Negocios	11
1.4 Cadena Valor y Procesos Medulares	12
1.5 Organización Actual y Equipo Directivo	16
1.6 Fortalezas y Debilidades	18
<b>2. El Producto que se desea exportar</b>	
2.1 Clasificaciones del Producto	19
2.2 Principales Productos Competidores	21
2.3 Tipos de Producto y de Mercado	21
2.4 Normas y Controles de Calidad	22
2.5 Tecnología, Investigación y Desarrollo	22
2.6 Mantenimiento y Respaldo al Producto	22
2.7 Costos de Adquisición	23

### **3. Selección del Mercado Meta**

3.1 Situación Actual de la Industria	24
3.2 Selección del País Meta	41
3.3 Aspectos Cualitativos del Mercado	45
3.4 Aspectos Cuantitativos del Mercado	49
3.5 Barreras de Acceso al Mercado	55
3.6 Competencia	60

### **4. Aspectos Operacionales**

4.1 Objetivos y Metas en el Mercado Seleccionado	64
4.2 Mezcla de Mercadotecnia	65
4.3 Estrategia de Entrada al Mercado	67
4.4 Aspectos Operacionales	68
4.5 INCOTERM	69
4.6 Empaque y Embalaje	70
4.7 Contratos y Formas de Pago	73
4.8 Programa de Actividades a Corto Plazo	74

## **5. Aspectos Financieros**

5.1 Recursos Requeridos	75
5.2 Estados Financieros Pro- Forma (Balance y Estado de Resultados)	75
5.3 Flujo de Efectivo	77
5.4 Razones Financieras	78

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

# INTRODUCCIÓN

La presente tesina es un proyecto de exportación de muebles de madera al mercado de Costa Rica, se constituye en una valiosa fuente de información debido a la escasez de proyectos con características similares al presente.

La estructura consta de cinco capítulos, que son:

**CAPITULO I:** La empresa y el personal clave; que consiste en conocer la comercializadora que se formo, en aspectos como: su misión, objetivos, metas, portafolio de negocios y fortalezas y debilidades.

**CAPITULO II:** El producto que se desea exportar; en el cual se analiza el producto, se ubica dentro de las clasificaciones pertinentes, se describen las normas que debe cumplir y con cuales productos esta compitiendo además de las adecuaciones que se le debe de hacer para poder entrar en el mercado meta.

**CAPITULO III:** Selección del mercado meta; donde se elige el mercado meta y se analizan los aspectos cualitativos y cuantitativos de éste además de especificar las barreras de acceso, la competencia y el macroentorno.

**CAPITULO IV:** Aspectos operacionales; se definen objetivos y metas en el mercado seleccionado, incluye la logística y la forma de pago.

**CAPITULO V:** Aspectos financieros; se muestran los estados y las razones financieras necesarios para poder evaluar a la empresa en este aspecto.

La tesina inicia con una justificación que sustenta las razones para elaborar este proyecto seguida del resumen ejecutivo que describirá de manera más específica los capítulos arriba mencionados.

## JUSTIFICACION

Las relaciones comerciales de México con el exterior han sido el talón de Aquiles para nuestra economía. México tiene que comprar más de lo que logra vender en los demás países, situación explicable por que la producción mexicana no puede crecer sin dejar de importar tecnología y maquinaria del exterior.

Los desequilibrios que se han venido generando en la economía se pueden explicar por fenómenos internos y externos. Internamente, México presenta insuficiencias en el aparato productivo debido a la incapacidad de la economía de incrementar la producción sin recurrir a las importaciones de carácter productivo. Así cuando la economía crece lo hacen las exportaciones, pero también las importaciones. Externamente el factor que explica la problemática de la economía son los desajustes financieros que se expresan en una insuficiente capacidad de generar ahorro interno y por consecuencia la tendencia al endeudamiento que también se refleja en el sector externo.

En los últimos años México se ha convertido en una potencia exportadora, las exportaciones alcanzaron en 1994 los 60.8 miles de millones de dólares, y en 1999 136.4 miles de millones de dólares, lo que significa un crecimiento del 125%.

En la relación al PIB; las exportaciones representaron en 1994 el 14.4% y en 1999 esa proporción alcanzó el 28.2%. Sin embargo las importaciones han seguido esa misma tendencia, su crecimiento ha sido también espectacular al pasar de representar el 19% del PIB en 1994 a una proporción del 29.2% para 1999, resultado deficitario en el saldo de la balanza comercial, como ocurría aun en periodos previos cuando el país no figuraba entre los protagonistas en el intercambio internacional de mercancías.

En el caso particular del sector mueblero, las exportaciones para 1995 fueron de 852.3 millones de dólares en tanto que las importaciones fueron de la orden de 227.5 millones de dólares.

De acuerdo a datos de BANCOMEXT durante 1995 los muebles de madera contaban con un total de exportaciones de 255.4 millones de dólares e importaciones de 77.0 millones de dólares, con una tasa de crecimiento anual de 33.5% y de 19.4%.

A nivel nacional, la fabricación de muebles de madera comprende a más de 220 mil establecimientos dedicados a la producción de muebles para el hogar, oficina e industria. Entre sus productos destacan: salas, comedores, alacenas, armarios, recamaras, mesas, gabinetes, entre otros.

La mayoría de los fabricantes están localizados en Veracruz, DF., Michoacán, Jalisco, México, Oaxaca, Chiapas.

La proporción de empresas micro y pequeñas es de 94.33% y el porcentaje de las medianas es de 3.9% y 1.54 son grandes. Todas las empresas son de capital privado.

El 95% de microempresas que existen en esta rama proporcionan el 65% de los empleos que la misma ofrece.

La rama cuenta con 394 mil 320 trabajadores que representan un 79.42 de la industria maderera y mueblera y el 1.12 del total nacional.

En cuanto a su mercado, las empresas medianas y grandes proveen al mayor porcentaje del mercado y las microempresas cuentan con mercados muy limitados o estacionales.

Así mismo, cabe destacar que en el mercado internacional los muebles de madera y artesanías en general son demandadas en gran cantidad, ya que existe cierto grupo de consumidores que se distinguen por decorar sus casas con un estilo rústico como el que se fabrica en México.

Durante el periodo 1994 – 1997 las exportaciones de muebles mostraron una tasa de crecimiento anual del 29.3%. En 1997, las ventas al exterior de muebles mexicanos registraron avances significativos, al alcanzar ventas por 1635 millones de dólares, cifra superior a 24.7 % superior a la alcanzada en 1996.

El Estado de Michoacán tiene en la actividad silvícola uno de sus mayores potenciales económicos, cuenta con una superficie arbolada de 2 591 072 hectáreas cuadradas que corresponde a un 37.7 de la superficie total. De estas 1 528 838 hectáreas cuadradas son de bosque templado y 1 062 234 hectáreas cuadradas son de bosque tropical.

A nivel nacional el Estado participa con un 11.8% de la producción maderable total después de Chihuahua y Durango.

Los bosques michoacanos, en general, poseen un crecimiento medio rápido de 3 a 7 m<sup>3</sup>/hha. Existen 74 municipios con recursos forestales y el 71% de la población se concentra en las áreas forestales.

Los bosques de coníferas se encuentran diseminados en las principales sierras del Estado en alturas que oscilan de los 2600 a 3500 m. De altitud. Los bosques mixtos están constituidos principalmente de pinos y encinos, localizándose en altitudes de 1000 a 2600 m.

El Estado de Michoacán cuenta con 5 tipo de agroindustrias para el procesamiento de la madera: aserraderos, talleres, carpinterías, fabricantes de celulosa y papel.

Es por eso que existe en el Estado una tradición mueblera significativa y data desde los tiempos de la colonia. Comunidades como Ahuirán, Arentepecua, Capacuaro, Cherán, Zacán, Patzcúaro y Cuanajo, han sobresalido desde siempre por la belleza y calidad de los muebles que fabrican.

El pino es la materia principal usada para la fabricación de los muebles, le sigue el encino y, en menor medida, maderas de las consideradas finas.

Lo anterior se traduce en una ventaja, ya que, se cuenta con los recursos suficientes para desempeñar un papel importante en el sector mueblero, más sin embargo la ciudad de Patzcúaro presenta un serio problema de tipo estacional, es decir, los ingresos de las empresas establecidas en ese lugar dependen en gran medida de los periodos vacacionales, en los cuales acude un gran número de turistas que adquieren los productos que en esa

ciudad se producen y comercializan, con lo cual se incrementan significativamente sus ventas en esos periodos.

Durante mucho tiempo ésta ha sido la principal demanda que la región ha tenido y que ha permitido a los productores obtener sus ingresos. Sin embargo esta tendencia limita la posibilidad de incrementar la producción de manera permanente y así mismo poder obtener beneficios constantes.

Por todo lo anterior existe el interés en establecer un plan de exportación que permita diversificar el mercado, aumentar las ventas, incrementar el margen de beneficios de los productores de la región y que todo se vea reflejado en un crecimiento de cada empresa individualmente.

El problema a resolver con el presente trabajo es romper con esa limitante en la dinámica de las ventas e ingresos de los productores locales a través del presente plan de exportación que les represente una alternativa más y que les permita la posibilidad de poder crecer como empresa.

## RESUMEN EJECUTIVO

“ EL RINCÓN ARTESANAL ” es una comercializadora joven, conformada bajo la figura legal de una sociedad anónima, la integran 4 socios invirtiendo inicialmente \$ 50 000 cada uno.

Teniendo como sede la ciudad de Morelia capital del estado de Michoacán; se dedica a la comercialización internacional de muebles de madera producidos en el Estado mas concretamente en la ciudad de Patzcúaro ubicada a 64 km. De la capital.

El presente proyecto se orienta a la comercialización de comedores cuya composición consta del 90% de madera de pino debidamente estufada y el 10% restante corresponde al empleo de barnices y pintura acrílica, todos estos elementos dan por resultado un mueble rústico mexicano de alta calidad digno de exportación, sin mencionar que en sí mismo se constituye en una artesanía obteniendo así un diseño exclusivo de México para el mundo.

Siendo una comercializadora joven es una realidad que no se cuenta con gran experiencia en los procesos de exportación y en el conocimiento del mercado pero en contra parte se cuenta con un completo y capaz grupo de directivos, cada uno de ellos desempeñando una tarea específica y adecuada a su perfil que nos garantiza que nuestro objetivo de penetrar en el mercado costarricense con nuestros comedores se verá cumplido.

Dicho producto esta clasificado de acuerdo al Sistema Armonizado de Preferencias de la siguiente manera:

CAPITULO	PARTIDA	SUBPARTIDA	FRACCION
94	03	60	00

Y por contar México y Costa Rica con un Tratado de Libre Comercio nuestro producto quedara libre de arancel a partir del 1°. De enero del 2004.

Las ventajas de los comedores son:

- Ser un mueble de alta calidad resultado de una cuidadosa elaboración, prestando especial atención desde la selección de la materia prima hasta el fino acabado.
- Diseños exclusivos
- Cumplen una doble función pues además de satisfacer la necesidad de tener un lugar donde ingerir alimentos cumple con una necesidad subjetiva de ornamentación.
- Cuentan con garantía

Como se menciono anteriormente el mercado seleccionado fue el de Costa Rica debido a que:

- Se cuenta con un Tratado de Libre Comercio
- Similitud cultural, lo cual nos facilita la tarea de la adaptación de nuestro producto a los requerimientos de este mercado.
- Es un país económicamente estable y con un ingreso per capita elevado (3950 USD)
- Las importaciones de Costa Rica originarias de México ha tenido un considerable aumento en los últimos años
- No hay restricciones no arancelarias que signifiquen un obstáculo para la comercialización de nuestro producto en ese país.
- Boom mobiliario por el que esta atravesando Costa Rica

La segmentación de mercado que se realizo fue atendiendo a los siguientes parámetros: número de población, ciclo de vida familiar y nivel de ingresos.

El primer criterio se utilizo con la finalidad de asegurar una amplia base de clientes, en lo referente al ciclo de vida familiar, cabe recordar que los muebles son productos que no se consumen regularmente debido a su durabilidad y alto costo por lo cual decidimos segmentar el mercado en el ciclo familiar nido lleno I pues en esta etapa sé esta en disposición de amueblar, remodelar o ampliar el hogar.

El nivel de ingresos juega un papel importante, ya que, al ser un bien de alto costo es necesario que se cuente en un parámetro de medio a alto.

Por todo lo anterior se designo a San José capital de Costa Rica para realizar nuestras primeras exportaciones además de que el volumen a exportar no es muy grande y a que el producto estará en una etapa de introducción.

Con el tiempo se pensara en el incremento del volumen de producción para poder diversificarnos en el mercado, esto será posible considerando que la competencia en Costa Rica concretamente en San José es poca y de baja especialización.

Sé esta consciente de la potencialidad de este mercado debido a que varias empresas mexicanas registradas en BANCAMEX exportan a este país con muy buenos resultados pero debido a que cuentan con prioridades en el destino de sus exportaciones no han logrado atender como es debido este mercado, lo cual deja a nuestra comercializadora en una amplia ventaja para satisfacer esa demanda latente.

En cuanto a cuestiones financieras, el panorama es alentador, ya que como veremos a continuación se pronostica una utilidad bastante aceptable para una empresa que esta iniciando operaciones, cabe señalar que los estados financieros nos muestran también una empresa sana, es decir, sin pasivos; de lo cual podemos deducir que la empresa seguirá creciendo paulatinamente y con paso firme.

Es importante mencionar que se provisionaron todas las obligaciones fiscales respectivas, incluyendo el IVA, a pesar de ser nuestra empresa designada a tasa 0%, es decir, que al final del ejercicio fiscal que coincide con el año de calendario se pedirá la devolución de una importante cantidad de dinero por este concepto a la SHCP.

A continuación se muestra el Estado de Resultados de “El Rincón Artesanal” donde podrán apreciar la utilidad neta, trimestre a trimestre así como el camino que se recorrió para obtenerla.

<b>“ EL RINCÓN ARTESANAL S.A. DE C.V”</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2003</b>					
	<b>ENE - MAR</b>	<b>ABR - JUN</b>	<b>JUL - SEP</b>	<b>OCT - DIC</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>1ER. TRIMESTRE</b>	<b>2DO. TRIMESTRE</b>	<b>3ER. TRIMESTRE</b>	<b>4TO. TRIMESTRE</b>	<b>TOTAL</b>
Ventas de exportación	\$ 721, 200	\$ 721, 200	\$ 757, 260	\$ 757, 260	\$ 2, 956, 920
Costo de ventas	\$ 384, 000	\$ 384, 000	\$ 384, 000	\$ 384, 000	\$ 1, 536, 000
Utilidad Bruta	\$ 337, 200	\$ 337, 200	\$ 373, 260	\$ 373, 260	\$ 1, 420, 920
Gastos Generales (operación y exportación)	\$ 189, 975	\$ 190, 325	\$199, 092.5	\$ 199, 478.37	\$ 778, 870.87
Utilidad de la Operación	\$ 147, 225	\$ 146, 875	\$ 174, 167.5	\$ 173, 781.63	\$ 642, 049.13
Provisión ISR y PTU	\$ 64, 779	\$ 64, 625	\$ 76, 633.7	\$ 76, 463.91	\$ 282, 501.61
Utilidad Neta	\$ 82, 446	\$ 82, 250	\$ 97, 533.8	\$ 97, 317 .72	\$ 359, 547.52

Como se menciona, la empresa cuenta con cifras sanas y muy rentables, como podemos apreciar en la siguiente razón financiera.

- Razón del Índice de Rentabilidad

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital contable}} = \frac{359,547.52}{784,547.52} = 0.45$$

Por cada peso de inversión acumulada de los propietarios se obtienen 0.45 pesos de beneficio.

# CAPITULO I

## LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE

### 1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

“ EL RINCÓN DEL ARTE “ es una sociedad anónima de capital variable; constituida como tal en enero del 2003, dedicada a la comercialización de muebles rústicos elaborados con madera de la más alta calidad; nace con la inquietud de dar a conocer los muebles artesanales que en el Estado de Michoacán se producen.

Se empezó identificando a un grupo de artesanos cuya fuente de riqueza se deriva de la producción de los mismos; es ahí cuando “ EL RINCÓN DEL ARTE” identifica la potencialidad de consumo de estos productos en el extranjero y se da a la tarea de iniciar los tramites necesarios para su exportación.

La ubicación de la empresa es en la ciudad de Morelia, capital del estado de Michoacán, mismo donde también se ubican nuestros proveedores a tan solo 64 kms. De dicha ciudad.

Los muebles que se pretenden ofertar al extranjero son una colección de diseños exclusivos con una alta calidad en la manufactura, respaldada desde la selección de la materia prima donde nuestros proveedores utilizan madera de pino debidamente estufada, la cual transforman las experimentadas manos de nuestros artesanos michoacanos, todos ellos calificados para la fabricación de selectos finos muebles de madera.

**“ ELEGANCIA Y COMODIDAD CONJUGADOS EN NUESTROS MUEBLES”**

## **1.2 MISION, OBJETIVOS Y METAS**

### **MISIÓN**

EL RINCÓN ARTESANAL S.A. DE C.V. es una empresa comercializadora cuya finalidad es la promoción en el extranjero de muebles de madera; trabajando en conjunto con artesanos michoacanos se pone especial cuidado en la tramitación de permisos para la explotación forestal así como en técnicas de reforestación para ofrecer a los clientes mas exigentes muebles de alta calidad hechos a mano considerados verdaderas piezas de arte, nuestro compromiso es garantizarles una total satisfacción derivada de la diferenciación de nuestros productos facilitando de esta manera la penetración al mercado meta.

### **OBJETIVOS**

- Diseño de mecanismos necesarios para una fácil promoción y penetración a Costa Rica
- Exportar regularmente nuestros muebles a dicho mercado
- Ampliación del portafolio de negocios
- Constituirnos como una marca reconocida

### **LARGO PLAZO**

- Estructurar un Sistema de Marketing Vertical de tipo corporativo para poder estar en contacto directo con los consumidores finales

## METAS

Promover en conjunto con los organismos gubernamentales y no gubernamentales que apoyan el comercio exterior seminarios de capacitación para los artesanos	NOVIEMBRE Y DICIEMBRE 2002 ENERO 2003
Desarrollar un plan de actividades sociales, culturales y deportivas para robustecer los lazos entre productores y colaboradores de la comercializadora.	NOVIEMBRE Y DICIEMBRE 2002 ENERO 2003
Conseguir los mejores muebles	NOVIEMBRE Y DICIEMBRE 2002 ENERO 2003
Conformar un catalogo con calidad de exportación	DICIEMBRE 2002
Determinar los costos de operación y distribución	DICIEMBRE 2002
Hacer un análisis del mercado meta	DICIEMBRE 2002
Restricciones arancelarias y no arancelarias	DICIEMBRE 2002
Analizar la competencia tanto sus fortalezas como sus debilidades	DICIEMBRE 2002
Elaboración de un plan de mercadotecnia	DICIEMBRE 2002
Elaboración de las políticas de la empresa así como manuales y procedimientos de operación.	DICIEMBRE 2002
Conformación de un área de investigación y desarrollo tecnológico	ENERO 2003
Evaluación continua de empaques y embalajes, así como de medios de transporte	ENERO 2003
Estar innovando en el concepto producto - servicio	ENERO 2003
Desarrollar un departamento de diagnostico donde se pongan en marcha planes preventivos y correctivos	MARZO 2003
Diseñar nuevos sistemas para la gestión y entrega de los pedidos	MARZO 2003
Desarrollar mecanismos de post - venta que nos garantice la total satisfacción de nuestros clientes	MARZO 2003
Realización de una pagina web donde se de a conocer la empresa y todo lo que la conforma	MARZO 2003
Establecer un numero gratuito para atender quejas y sugerencias	MARZO 2003
Diseñar campañas de información mediante nuestros distribuidores	MARZO 2003
Asistir a eventos y ferias internacionales para promocionar los muebles	
Constituir un sistema de marketing vertical	ENERO 2004

### 1.3 PORTAFOLIO DE NEGOCIOS

#### COMEDORES DE MADERA DECORADOS:

Producidos con madera de pino y aglomerado, se les da un acabado rústico, la pintura utilizada para darles color es la acrílica, utilizando colores brillantes obtenidos de las combinaciones de los cuatro colores base.

#### COMEDORES DE MADERA PATINADOS:

Este tipo de muebles tiene las mismas características que los anteriores, pues son fabricados con madera de pino estufada, la diferencia radica en que son decorados al óleo y posteriormente patinados.

Se analizo nuestro portafolio de negocios de acuerdo a la **matriz de crecimiento – penetración** diseñada por el Boston Consulting Group,<sup>1</sup> el resultado se muestra en el diagrama.

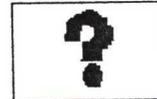
Cabe señalar, que el eje vertical muestra la rapidez de crecimiento del mercado y en el eje horizontal, la penetración que actualmente tienen sus productos en cada mercado.



Productos de rápido crecimiento y gran penetración.  
Demandan importantes inversiones para financiar dicho crecimiento.  
Con el tiempo su crecimiento disminuirá y se convertirán en vacas de efectivo.

#### COMEDORES DE MADERA PATINADOS

No tienen una penetración significativa pero son de rápido crecimiento.  
Reciente lanzamiento, con el tiempo logran convertirse en productos estrellas.



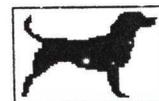
#### COMEDORES DE MADERA DECORADOS

Son productos de crecimiento lento pero de importante penetración.  
No requieren grandes inversiones.



Generan el margen necesario para financiar nuevos productos.

Tienen un crecimiento lento y poca penetración.  
Con algunas adaptaciones, algunos de estos "perros" pueden volverse a lanzar al mercado como "interrogaciones"



<sup>1</sup> Boston Consulting Group (BCG) firma de asesoría gerencial.

## **1.4 CADENA VALOR Y PROCESOS MEDULARES**

Satisfacer mejor al cliente que los competidores es una definición simple de la mercadotecnia y esto se logra al poder brindarles mas valor en los productos.

Por lo anterior es indispensable que sepamos como ofrecer mayor valor y es aquí donde “la cadena de valor “ creada por Michael Porter se convierte en una herramienta adecuada para analizar como se encuentra actualmente nuestra empresa y como podemos incrementar el valor que le ofrecemos a nuestros clientes.<sup>2</sup>

Pues bien utilizaremos el concepto antes descrito para analizar específicamente las actividades creadoras de valor que dentro de nuestra empresa comercializadora se desarrollaran.

### **LOGÍSTICA INTERNA**

Dentro de esta actividad se englobarían todos los mecanismos, métodos etc. encaminados a conseguir los mejores muebles.

Además de hacer un estudio cuidadoso acerca del equipo idóneo para el manejo de los productos así como de los empaques y embalajes adecuados.

Se debe de tener en cuenta la mejor opción de transporte de la productora a nuestras bodegas donde se procederá a realizar las operaciones de la empresa.

### **OPERACIONES**

Cuando los productos se encuentran en nuestras bodegas, se realizarán los reconocimientos de calidad establecidos por las políticas de la empresa para determinar si están en condiciones de ser entregados a nuestros clientes.

También se procederá al empaque, embalaje, etiquetado y fijación de precio. Será parte de las operaciones de la empresa crear un sistema ágil de clasificación de nuestros productos mediante criterios como: precio de compra, tiempos de entrega, forma de pago.

### **LOGÍSTICA EXTERNA**

Se estarían estudiando continuamente las diferentes opciones que tenemos en cuanto a métodos de transporte para tener la certeza que la que estamos utilizando para exportar nuestros muebles es la mejor.

---

<sup>2</sup> Carlos Morales Troncoso. “Plan de Exportación” .Enero 2000.pag.12

Los mismos análisis se deberían de hacer acerca de nuestros proveedores del empaque y embalaje con el objetivo de que los muebles lleguen a su destino en optimas condiciones y así evitar lo más posible las mermas que por este conducto puedan ocasionarse.

## **MERCADOTECNIA Y VENTAS**

Se conformara un directorio de nuestros distribuidores en Costa Rica para establecer un vinculo que nos permita darle seguimiento a nuestras ventas y de esta manera establecer relaciones fuertes que nos permitan comprometer futuras ventas obteniendo de esta manera el control del canal de comercialización.

Cada mueble estará provisto de un manual en donde se indicaran todas las especificaciones para su uso así como información general acerca de cómo y por quien fue hecho además del tiempo y materiales que se dispusieron para su elaboración.

Por otra parte se señalaran datos generales de nuestra comercializadora, dirección y un numero gratuito al que podrán llamar para cualquier duda o sugerencia de esta manera se garantiza una interacción entre la empresa y los distribuidores.

Habrá un seguimiento de post – venta que consistirá en conformar un registro de ventas en donde se especifiquen los datos de los distribuidores que mas ventas hallan realizado durante un lapso de tiempo determinado, con la finalidad de incentivarlos de alguna manera, esto puede ser por medio de tarjetas de felicitaciones, promociones especiales, muestras gratis etc.

Habrá una retroalimentación continua en cuanto a sus necesidades y sugerencias además de hacerlos partícipes de nuevos productos, modelos, adaptaciones etc.

Como ya lo establecimos en nuestras metas debemos de contar con un sitio en Internet que nos dé a conocer y en caso de que nuestra competencia contara con uno nos valdremos de esto para conocer sus aspectos fundamentales: Historia, misión, objetivos etc.

Además se realizara un monitoreo del macro ambiente externo, para estar al tanto de los productos, precios, sistemas de distribución y programas promocionales de los competidores.

Habrá campañas de información, como ya se menciona con la colaboración de nuestros distribuidores y la participación de sus clientes en donde se les preguntaran aspectos claves que nos permitirán determinar nuestras fortalezas y debilidades así como las de la competencia para poder trabajar en ellas y estar siempre un paso adelante esto sin dejar de ejercer una competencia sana.

## **SERVICIO**

Como ya se señalo en el párrafo que antecede habrá un mecanismo de post- venta que consistirá en todo lo expresado anteriormente.

Se proveerá de un adecuado catalogo a nuestros distribuidores cada que sea conveniente.

Se contara también con un teléfono gratuito donde se atenderán a los distribuidores para todo tipo de comentarios que serán tomados en cuenta para el mejoramiento de la empresa.

Garantía contra cualquier daño ocasionado por un error en la producción con validez hasta por un año.

## **ACTIVIDADES DE APOYO**

### **ABASTECIMIENTO**

Ayuda con la tramitación y renovación de los permisos para la explotación forestal especialmente los referentes a madera de pino con la finalidad de evitar cualquier imprevisto y asegurar que los artesanos siempre tengan la materia prima necesaria para satisfacer la producción requerida.

Organizar campañas de reforestación entre los trabajadores de los 469 talleres establecidos en la ciudad de Patzcúaro, lo cual vendría a reforzar el abastecimiento de materia prima para ellos mismos y por consiguiente para la comercializadora, esta acción se traduciría en reducción de costos y por ende un más amplio margen de utilidad.

Hablar con las autoridades locales para el mejoramiento de los caminos por los que pasaría la mercancía de los talleres a nuestras bodegas, lo que agilizaría el proceso de logística y contribuiría al desarrollo de la región.

### **DESARROLLO TECNOLÓGICO**

Precisamente una de las metas de la empresa es constituir un departamento de investigación de desarrollo tecnológico, pero se debe aclarar que más que investigación tecnológica lo que se pretende realizar es innovación tecnológica pues lo que resulta de este mundo globalizado y liberado comercialmente es la necesidad de competir basándose en la diferenciación de mercados y esto se logra en base a nuevos productos y servicios que respeten el ambiente y satisfagan las necesidades de consumo.

En este rubro nuestra meta será adquirir conocimientos, habilidades y tecnologías que rindan valor fundamental para los clientes, es decir, aprender de manera continua y hacerse de las capacidades principales pero a un costo más bajo y más rápidamente que los competidores lo cual con el tiempo se convertiría en una ventaja competitiva y esto agrega un valor que los competidores no pueden imitar fácilmente ni prever

### **DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS**

Se estará al tanto de cada persona que desempeñe labores dentro de la empresa a fin de que todos dentro de ella estén conscientes de sus objetivos y metas.

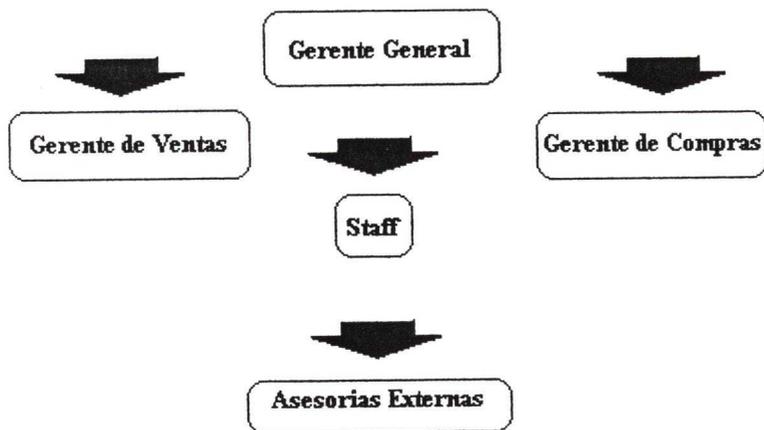
Por consecuencia todos sabrán que persona se encarga de determinada actividad y será más fácil determinar a quien recurrir cuando se presente un problema o cuando se necesite ayuda.

Además de que continuamente se estará capacitando y actualizando los miembros de la organización para conformar una comercializadora dinámica y eficiente.

Es importante señalar que se contara con personal externo para diversas actividades como son: contabilidad, despacho aduanal, intendencia, consultoría etc. para constituirnos en una administración delgada.

## **INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA**

Cada actividad realizada dentro de la empresa va a estar desempeñada por personas con las aptitudes y habilidades necesarias para el cargo, las funciones se detallaran más adelante:



## **PROCESOS MEDULARES**

### **DESARROLLO DE PRODUCTOS NUEVOS**

Como se menciono anteriormente se va a estar en continua búsqueda de los productos que satisfagan mejor a nuestros clientes, esto puede ser mediante la adaptación de los que ya manejamos o bien buscar nuevos proveedores que nos puedan ofrecer productos completamente nuevos encaminados siempre a liderar el mercado.

Una de nuestras actividades será asistir a eventos para promocionar muebles como ferias y exposiciones para de esta manera poder darnos cuenta de las tendencias e innovaciones que se presenten en el sector y poder seleccionar lo mejor para ofrecerlo a nuestros clientes.

## **MANEJO EFICIENTE DE INVENTARIOS**

Se manejarán inventarios eficientes ya que contamos con la certeza de un abastecimiento a tiempo por parte de nuestros proveedores, de tal suerte que nuestros inventarios puedan ser optimizados, evitando una sobreinversión en los mismos que llegue a provocar un problema financiero de grandes alcances.

## **PEDIDOS-PAGOS**

Tenemos el interés en que los ciclos de pedidos- pagos sean rápidos y eficientes por lo cual se desarrollara un nuevo sistema de gestión y entrega de los productos. Se utilizara una Carta de Crédito documentaria, confirmada e irrevocable y se explicara como debe ser pagadera a nuestros distribuidores en la logística de cobranza.

## **1.5 ORGANIZACIÓN ACTUAL Y EQUIPO DIRECTIVO**

### **FUNCIONES**

#### **GERENTE GENERAL:**

Persona encargada de regular las actividades de la empresa, será el orquestador de las mismas tratando de unificar esfuerzos para cumplir con los objetivos y las metas de la empresa teniendo siempre en cuenta la misión de la misma.

Será también el encargado de corregir la trayectoria de la empresa cuando esta así lo requiera considerando nuevos objetivos y metas, todo esto para el buen funcionamiento de la misma.

Además de realizar análisis del macroentorno, la competencia, la opinión pública etc.

Será el responsable de los demás miembros de la empresa evaluándolos mediante informes que periódicamente le serán entregados y él a su vez conformara uno global que proyecte la situación real de la empresa.

Bilingüe, líder, preocupado por el conocimiento de diferentes culturas y tipos de negociación, acostumbrado a interactuar en el complejo mundo de los negocios, promotor de ferias y exposiciones internacionales.

## GERENTE DE VENTAS:

Es el encargado de la promoción de los productos en el extranjero y de mantener la calidad requerida que la propia empresa estipulo en estos.

Es también el encargado de la difícil tarea de ampliar la cartera de clientes y así mismo atender oportuna y eficientemente sus requerimientos.

Siendo la persona que va a estar en contacto directo con los clientes, deberá de concentrarse en adquirir un amplio conocimiento de ellos para así poder diseñar una estrategia de mercadotecnia acorde a las necesidades del mercado meta.

Realizara una retroalimentación permanente con el gerente de compras para informarle de las expectativas que en nuestros productos esperan encontrar nuestros clientes.

Bilingüe, de gran capacidad para la negociación, amplia experiencia en controles de calidad y en cuestiones marketing internacional.

## GERENTE DE COMPRAS:

Es el responsable de cumplir con los planes de compras que la empresa prevé realizar, para realizar mejor esta tarea será el encargado de diseñar e implementar un programa de compras con base a los informes de ventas y sus proyecciones.

Deberá tener como prioridad un vínculo cordial con los proveedores para estar en constante comunicación y evitar problemas de abastecimiento, deberá entregar a tiempo las órdenes de compra revisando que los productos adquiridos cumplan con las normas de calidad y ecológicas de la empresa.

Gran capacidad de negociación, amplio conocimiento del Estado, consciente de la importancia del aprovechamiento de recursos, gran capacidad persuasiva etc.

**NOTA:** Se contara con servicios externos principalmente de una agencia aduanal y de un despacho contable.

## 1.5 FORTALEZAS Y DEBILIDADES

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Se tienen identificados a los mejores artesanos.</li> <li>● Muebles de calidad</li> <li>● Piezas consideradas artesanías</li> <li>● Vinculo cordial con los artesanos</li> <li>● Contar con un plan de exportación</li> <li>● Contar con gente habilidosa y apta para cada puesto</li> <li>● Contar con asesoría externa, lo que le da un enfoque objetivo a las actividades</li> <li>● Diversidad de diseños</li> <li>● Contar con una administración flexible y plana</li> <li>● Línea de crédito por parte de nuestros proveedores</li> <li>● Empaques y embalajes innovadores y eficientes.</li> <li>● Garantía</li> <li>● Confiabilidad</li> <li>● Simpleza de operación</li> <li>● Durabilidad en los muebles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● No tener experiencia en exportación</li> <li>● No tener experiencia en el mercado meta</li> <li>● No tener suficiente capital para exportar grandes volúmenes de mercancía</li> <li>● Contar con un reducido portafolio de negocios</li> <li>● Reducida cartera de clientes</li> <li>● Escasez de información en cuanto a precios en el mercado meta</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Apertura de mercados dirigidos a Centroamérica.</li> <li>● Producto libre de arancel a partir del 1°. De enero del 2004</li> <li>● Similitud de culturas entre México y Costa Rica</li> <li>● Alto poder adquisitivo en Costa Rica</li> <li>● Boom mobiliario por el que están pasando los costarricenses</li> <li>● No hay barreras no arancelarias establecidas</li> <li>● El mueble mexicano es diferenciado</li> <li>● Incremento de las importaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Costa Rica cuenta entre sus recursos con maderas preciosas</li> <li>● Competencia de Estados Unidos, España e Italia</li> <li>● Los artesanos costarricenses compiten copiando estilos a precios más bajos.</li> <li>● Conflictos políticos en los países por los que tiene que pasar la mercancía antes de llegar a su destino final.</li> <li>● Desabastecimiento de recursos por parte de los proveedores</li> <li>● Tala descontrolada de los bosques michoacanos</li> </ul>

## CAPITULO II

### EL PRODUCTO QUE SE DESEA EXPORTAR

#### 2.1 CLASIFICACIONES DEL PRODUCTO

##### CLASIFICACION ARANCELARIA

##### PAÍS DE ORIGEN

CAPITULO 94 Muebles; Mobiliario médico – quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otras partidas; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y artículos similares; construcciones prefabricadas.

PARTIDA 03 Los demás muebles y sus partes.

SUBPARTIDA .60 Los demás muebles de madera.

CAPITULO	PARTIDA	SUBPARTIDA	FRACCION
94	03	60	

Desgravado de impuestos a la exportación.

##### PAÍS DE DESTINO

CAPITULO	PARTIDA	SUBPARTIDA	FRACCION
94	03	60	00

ARANCEL GENERAL	ARANCEL México 2000	ARANCEL México 2001	CATEGORÍA DE DESGRAVACION
19%	8%	6%	C

##### **Código de desgravación C:**

Desgravación en 10 etapas anuales iguales a partir de la entrada en vigor del TLC, para quedar libre de arancel a partir del 1°. De enero del 2004.

## **CLASIFICACION INDUSTRIAL**

### **CLASIFICACION MEXICANA DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS**

#### **SECTOR 3 Industrias Manufactureras**

**SUBSECTOR 33 Industrias de la madera y productos de madera, incluye muebles.**

**RAMA 3320 Fabricación y reparación de muebles principalmente de madera, incluye colchones.**

**CLASE 332001 Fabricación y reparación de muebles principalmente de madera.**

### **CLASIFICACION UNIFORME PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL (CUCI O SITC)**

**SITC-8 Miscellaneous manufactured articles**

**SITC-82 Furniture And Parts Thereof; Bedding, Mattresses, Mattress Supports, Cushions And Similar Stuffed Furnishings**

**SITC-8215 Furniture, N.E.S., Of Wood**

**SITC-82159 Furniture, N.E.S., Of Wood, N.E.S. (Other Than Of A Kind Used In Offices, Kitchens, Or Bedrooms)**

### **DESCRIPCION DEL PRODUCTO**

Los muebles en general son enseres móviles, útiles, decorativos y de consumo duradero; los muebles de madera decorados fabricados en la ciudad de Patzcúaro son producidos con madera de pino y aglomerado, se les da un acabado rústico, para su colorido se utiliza pintura acrílica.

El 90% de su composición corresponde a la utilización de madera de pino y el 10% restante al empleo de barnices, metal y plástico en forma de adornos.

Los diseños son: girasoles y pájaros, alcatraces, pescados y frutas, flores etc; para todos se utilizan nada mas los cuatro colores base ( rojo, blanco, azul y verde).

Para la elaboración de estos muebles los proveedores deben respetar algunos requerimientos de calidad para la madera, pues esta debe de:

- Ser suave, ya que presenta una superficie de fina apariencia y además es fácil de trabajar.
- No presentar defectos con manchas, colapsos, rajaduras y no debe exceder tres nudos por tabla.
- Dejarse secar hasta en un 8 o 12% de la humedad, pues si esta demasiado húmeda el mueble puede sufrir deformaciones lo cual repercute en la calidad, estética y durabilidad.

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

NUESTROS PRODUCTOS	NECESIDADES QUE SATISFACEN	PRODUCTOS COMPETIDORES DIRECTOS	PRODUCTOS COMPETIDORES INDIRECTOS
Comedores de madera	Lugar para ingerir alimentos. (explícita) Artículos decorativos. (implícita)	Empresas que produzcan o comercialicen muebles de madera.	Empresas que produzcan o comercialicen muebles de otro material.-

## 2.3 TIPOS DE PRODUCTO, TIPOS DE MERCADO QUE SATISFACE CON SUS PRODUCTOS

Tipos de mercado	Mercados actualmente atendidos	Mercados de exportaciones deseables
De consumo		
Industrial		
Institucional		
De reventa		<b>Muebles de madera</b>

## 2.4 NORMAS Y CONTROLES DE CALIDAD

Aun no existen normas obligatorias que cumplir en los mercados de Centroamérica, pero se recomienda manejar una sola calidad del mueble y que cumplan con la Norma Oficial Mexicana.

NOMBRE	NUMERO	FECHA	DESCRIPCION
Características de marqueo de madera en rollo	NOM - 001 RECNAT - 1995	01 - DIC. - 1995	Lineamientos para su uso y control
Transporte y almacenamiento de resina de pino	NOM - 002 RECNAT - 1996	30- MAY. - 1996	Procedimientos
Lineamientos informativos	NOM - 177 SCFI - 1995	28 - ABRIL - 1997	Venta de muebles de línea y sobre medida

## VER ANEXOS

## 2.5 TECNOLOGIA, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO COMO HERRAMIENTAS PARA MANTENER VENTAJAS

A lo largo del presente plan de exportación se ha hecho hincapié en la importancia que la investigación e innovación tecnológica representan para lograr una competitividad sostenible, conscientes de esto nos planteamos como meta estar innovando en el concepto producto - servicio, formarnos perspectivas intuitivas sobre tendencias en la tecnología, el comercio, la demografía, las regulaciones, la forma de vida y los cambios sociales en general.

Se trata de dirigir las nuevas tecnologías a las actividades que otorgan valor al cliente como la logística externa, los canales de comercialización y los servicios.

## 2.6 MANTENIMIENTO Y RESPALDO AL PRODUCTO

Cada mueble estará provisto de un manual en donde se especifican las características de su uso e instalación, cuentan con garantía por defectos de fabricación.

Por los acuerdos que se tienen con los artesanos se cuenta con los talleres especializados para la reparación y mantenimiento de los muebles; además de que se cuenta con la capacidad de producir repuestos de los mismos.

Nota: El canal será el distribuidor.

## 2.7 COSTOS DE ADQUISICIÓN

PRODUCTO	PRECIO (en pesos)
Comedor tradicional	7 500
Comedor patinado	6 000

# CAPITULO III

## SELECCIÓN DEL MERCADO META

### 3.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA O SECTOR DEL QUE SE TRATE: EN LOS AMBITOS GLOBAL Y DOMESTICO Y EN LOS MERCADOS PRESELECCIONADOS

#### Panorama Mundial

#### Tendencias en la Industria Mueblera Mundial

En el ámbito internacional esta industria muestra una mayor **Concentración, Especialización** y una **Mejor Integración** entre empresas a través de:

- Innovaciones Tecnológicas que buscan procesos más sencillos, menos costosos y más utilizados
- Utilización de aglomerados en lugar de maderas sólidas, 90% en muebles para cocina y 80% en muebles para el hogar y oficinas.
- Menor uso de maderas tropicales y mayor uso de las templadas
- Incremento en el uso de MDF (**Medium Density Fiberboard**), Particularmente en la fabricación de muebles para cocina y oficina.
- Especialización de empresas pequeñas en la fabricación de componentes como proveedores de empresas más grandes.
- Integración vertical de empresas al contar con sus propias fuentes de abastecimientos, mezclado con una mayor orientación horizontal para la fabricación de nuevos productos.
- Consolidación de empresas para obtener ventajas de escala en la compra de materias primas y distribución de productos.

- Mayor capacitación en normas, estándares y control de calidad requeridas en los mercados de exportación.
- Integración de empresas pequeñas hacia el mercado exportador.
- Y el Cambio más significativo, lo constituye la fabricación de muebles listos para ensamble.

Las importaciones realizadas por los países de América y el Caribe para 1998 fueron de \$1,358,382 Miles de Dólares. Destacando por la dinámica de sus compras México con 650,918 miles de dólares (47.9%), seguido por Brasil con \$207,683 (15.3%) Argentina con \$177,615 (7.9 %) y Uruguay con \$42,833 (3.2%)

Para el período (1992-1998) este mercado Americano y del Caribe (Se excluye Estados Unidos y Canadá) tuvo una tasa de crecimiento media anual del 14.33%

### Importaciones de la Industria Mueblera Internacional

#### Cifras en Miles de Dólares

#### Caso: Países América y el Caribe

#### Se excluye Canadá y los Estados Unidos

PAIS	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	% de Part.
MEXICO	379,561	422,662	581,754	414,326	469,709	602,175	650,918	47.9
BRASIL	11,925	19,996	46,857	108,248	137,573	204,687	207,683	15.3
ARGENTINA	47,052	70,601	106,109	88,216	117,317	168,490	177,615	13.1
CHILE	14,714	25,290	32,315	47,865	66,896	88,992	107,357	7.9
URUGUAY	1,478	19,939	25,191	23,346	24,691	36,900	42,883	3.2
PERU	4,717	5,307	11,459	18,453	30,330	35,863	35,988	2.6
PANAMA				12,940	15,098	22,838	35,667	2.6

<b>GUATEMALA</b>		8,829	12,105	17,879	16,516	25,145	29,066	2.1
<b>EL SALVADOR</b>			13,749	16,145	14,466	22,271	22,196	1.6
<b>ECUADOR</b>	1,515	3,897	15,095	12,403	12,709	14,341	17,967	1.3
<b>BARBADOS</b>	3,909	4,491	6,160	5,673	6,836	12,414	15,224	1.1
<b>NICARAGUA</b>		2,796	3,491	4,155	5,130	9,542	10,655	0.8
<b>ST. LUCIA</b>			4,944	3,475	3,860	4,586	5,163	0.4
<b>GUADALUPE</b>	45,929	37,695	40,117	46,164				0
<b>MARTINICA</b>	42,850	38,283	39,151	44,974				0
<b>COLOMBIA</b>	3,044	14,323	21,684	38,305	42,092	40,661		0
<b>VENEZUELA</b>	24,953	36,651	28,773	26,998	31,059	61,064		0
<b>JAMAICA</b>			12,749	18,494	22,287	21,719		0
<b>FR. GUIANA</b>	18,244	11,691	11,422	16,607				0
<b>COSTA RICA</b>			14,294	13,691	18,085	17,505		0
<b>TRINIDAD TGB</b>	3,964	4,058	3,313	5,924	6,264	8,307		0
<b>BOLIVIA</b>	3,222	3,469	4,627	5,576	5,740	6,216		0
<b>PARAGUAY</b>	1,287	1,574	3,005	5,187	5,794	8,207		0
<b>HONDURAS</b>		2,755	2,997	5,068	7,349	12,888		0
<b>BELIZE</b>	1,478	1,541	1,727	2,277	1,542	1,484		0
<b>DOMINICA</b>		567	808	793	1,141			0
<b>BERMUDA</b>				25,172		24,467		0

<b>SURINAME</b>			1,462	2,297	8,955	16,235		0
<b>GRENADA</b>			1,275	1,314	1,879	2,176		0
<b>TOTAL</b>	608,364	736,415	1,046,633	1,031,965	1,073,318	1,469,173	1,358,382	100
<b>TCMA 92-98</b>	<b>1433</b>	<b>Elaborado por la Oficina de Cooperación y Negociaciones Internacionales de CANACO, con datos del COMTRADE Data Base of The United Statistics Division</b>						

**Incluye:**

**Asientos, Asientos convertibles y sus partes**

**Muebles Metálicos (Incluye de oficina y otros)**

**Muebles de Madera (Incluye de oficina, de cocina, de recamara y otros)**

**Muebles de otros materiales (Incluye de plástico)**

Como podemos apreciar en la tabla Costa Rica no se caracteriza por comprar muebles, ya que ocupa el vigésimo lugar en cuanto a compras se refiere, esto nos muestra un cuadro desalentador para nuestro proyecto si no tomamos en cuenta que el 85% de las importaciones totales corresponden precisamente al renglón de muebles de madera.

171,419	149,729	140,764	82,028	1,346,008	1,755,165	1,841,054	76.4
131,942	252,048	236,839	220,315	334,374	370,044	42,880	14.2
18,926	12,319	18,593	34,338	82,872	95,926	94,934	3.9
37,029	35,370	41,173	39,657	43,151	59,658	57,689	2.4
12,718	17,917	14,345	14,886	15,673	20,941	21,253	1
	6,006	7,431	8,498	13,041	16,935	18,138	0.8
		1,770	13,880	12,706	15,178	16,956	0.7
		1,918	5,311	5,102	4,630	6,510	0.3
677	1,001	1,003	1,854	2,003	2,380	4,316	0.3

Las exportaciones realizadas por los países de América y el Caribe para 1998 fueron de \$2,410,165 Miles de Dólares. Destacando por la dinámica de sus ventas México con 1,841,054 miles de dólares (76.4%), seguido por Brasil con \$342,880 (14.2%) Argentina con \$94,934 (3.9%) y Chile con \$57,689 (2.4%) Para el período (1992-1998) este mercado Americano y del Caribe (Se excluye Estados Unidos y Canadá) tuvo una tasa de crecimiento media anual de 23.9%

### Exportaciones de la Industria Mueblera Internacional

Cifras en Miles de Dólares

Caso: América y el Caribe

Se excluye Estados Unidos y Canadá

PAIS	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	% de Part.
MEXICO	471,419	649,799	840,764	882,028	1,346,008	1,755,165	1,841,054	76.4
BRAZIL	131,742	252,046	276,835	320,185	334,374	370,044	342,880	14.2
ARGENTINA	15,726	12,155	18,593	54,338	82,872	95,926	94,934	3.9
CHILE	27,329	35,370	40,373	39,457	43,151	59,658	57,689	2.4
COLOMBIA	12,718	17,077	14,344	14,886	15,675	20,941	23,253	1
GUATEMALA		6,006	7,421	8,498	13,041	16,935	18,138	0.8
URUGUAY		857	5,793	13,066	12,706	15,178	16,956	0.7
EL SALVADOR			1,918	3,311	3,102	4,630	6,510	0.3
PERU	627	1,301	1,013	1,854	3,003	2,880	4,516	0.2

ECUADOR	323	739	1,871	3,282	2,633	3,196	3,048	0.1
PANAMA				298	378	434	1,187	0
COSTA RICA			9,828	11,542	12,249	21,359		0
HONDURAS		15,094	16,762	9,161	14,901	21,149		0
VENEZUELA	2,393	4,085	2,719	5,644	6,044	5,735		0
TRINIDAD TBC	2,089	3,116	3,930	3,994	4,578	6,380		0
JAMAICA			4,492	3,425	3,299	2,200		0
BOLIVIA	476	1,124	2,435	3,068	3,387	4,722		0
BARBADOS	1,324	992						0
DOMINICAN RP					7,982	5,774		0
PARAGUAY			161	562	829	1,451		0
TOTAL	666,166	999,761	1,249,252	1,378,599	1,910,212	2,413,757	2,410,165	100
TCMA 92-98	23.9	Elaborado por la Oficina de Cooperación y Negociaciones Internacionales de CANACO, con datos del COMTRADE Data Base of The United Statistics Division						

En lo concerniente a exportaciones podemos percatarnos de que Costa Rica tampoco desempeña un papel importante, ocupa el doceavo lugar en este rubro. Cabe mencionar que la mayoría de sus exportaciones son de muebles metálicos principalmente de muebles para oficina.

## MEXICO

### ÍNDICE DE VOLUMEN FÍSICO DE LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL POR GRAN DIVISIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA, 1999-2001 (Por ciento)

	1999	2000	2001 P/
<b>Gran división de actividad económica</b>			
<b>Total</b>	<b>128.8</b>	<b>136.6</b>	<b>131.8</b>
Minería	113.4	117.7	117.0
Industria manufacturera	134.9	144.1	138.5
Construcción	108.9	114.5	109.3
Electricidad, gas y agua	129.4	130.7	133.0
P/ Preliminar. NOTA: Base 1993=100.0. FUENTE: INEGI. Estadísticas Económicas. <i>Indicadores de la Actividad Industrial.</i>			

En la tabla podemos apreciar que la actividad industrial en general ha ido creciendo a un ritmo aproximado del 6% año con año; cabe destacar que los valores más altos corresponden precisamente a la industria manufacturera que concuerda con las tendencias generales y mantiene un ritmo de crecimiento del 6 % anual, por encima de las demás ramas que oscilan entre el 5% correspondiente a la construcción y el 3% y 1% para la minería y para la electricidad, gas y agua respectivamente.

**PRODUCCIÓN EN VALORES BÁSICOS DE LA INDUSTRIA  
MANUFACTURERA POR DIVISIÓN INDUSTRIAL, 1990-2000**  
(Miles de pesos)

<b>División industrial</b>	<b>1990</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
<b>Precios corrientes</b>			
<b>Total</b>	<b>1 160 159 071</b>	<b>7 499 981 398</b>	<b>8 844 080 973</b>
Industria manufacturera	409 522 182	2 726 531 581	3 163 208 101
Productos alimenticios, bebidas y tabaco	105 276 843	606 238 496	678 248 543
Textiles, prendas de vestir e industria del cuero	35 530 841	210 898 875	238 786 011
Industria de la madera y productos de madera	13 177 990	60 928 588	68 964 263
Papel, productos del papel, imprentas y editoriales	20 961 048	101 354 358	113 833 342
Sustancias químicas, derivados del petróleo, caucho y plástico	67 955 980	341 763 433	402 139 503
Productos de minerales no metálicos, excepto derivados del petróleo y del carbón	18 918 791	109 529 706	125 668 088
Industrias metálicas básicas	27 519 913	122 032 857	137 726 771
Productos metálicos, maquinaria y equipo	110 347 220	1 095 617 682	1 306 751 709
Otras industrias manufactureras	9 833 556	78 167 586	91 089 871
<b>Precios constantes de 1993</b>			
<b>Total</b>	<b>1 771 666 822</b>	<b>2 526 522 066</b>	<b>2 728 307 763</b>

Industria manufacturera	572 052 372	953 113 160	1 053 803 005
Productos alimenticios, bebidas y tabaco	156 369 768	209 100 558	217 036 297
Textiles, prendas de vestir e industria del cuero	50 036 878	75 689 798	82 265 333
Industria de la madera y productos de madera	18 662 367	21 924 821	22 987 761
Papel, productos del papel, imprentas y editoriales	28 420 703	37 064 567	38 056 274
Sustancias químicas, derivados del petróleo, caucho y plástico	91 714 876	116 252 760	120 141 723
Productos de minerales no metálicos, excepto derivados del petróleo y del carbón	29 833 557	38 636 830	40 568 775
Industrias metálicas básicas	30 023 078	45 160 701	46 509 013
Productos metálicos, maquinaria y equipo	153 356 744	383 650 775	457 868 121
Otras industrias manufactureras	13 634 401	25 632 350	28 369 708

FUENTE: Para 1990: INEGI. SCNM. *Cuentas de Bienes y Servicios, 1988-1999*.  
Para 1999 y 2000: INEGI. SCNM. *Cuentas de Bienes y Servicios, 1995-2000*.

La tabla muestra la situación general que guarda la industria de la madera y productos de la madera con respecto a las demás divisiones de la industria, podemos decir que esta industria es muy pequeña aunque en los últimos años ha incrementado su nivel de crecimiento sigue siendo la última en cuanto a valores básicos de producción se refiere.

Se concluye entonces que la industria de la madera y productos de la madera es una pequeña pieza en el gran rompecabezas de la industria manufacturera; pequeña si, pero fundamental también y necesaria para que este gran rompecabezas se complete. En lo referente a nuestro proyecto se podría decir que el tamaño de este sector al contrario de lo que muchos pueden pensar representa una ventaja pues al ser un sector chico obviamente la competencia se reduce, tu mercado potencial crece, las posibilidades de liderar el mercado se elevan etc.

**UNIDADES ECONOMICAS Y PERSONAL OCUPADO EN LA INDUSTRIA  
MANUFACTURERA SEGUN PRINCIPALES RAMAS DE ACTIVIDAD,  
1993 Y 1998**

Ramas de actividad	Unidades económicas		Personal ocupado	
	1993	1998	1993	1998
<b>Total</b>	<b>265 427</b>	<b>344 118</b>	<b>3 246 042</b>	<b>4 232 322</b>
Confección de prendas de vestir	22 560	25 437	209 623	457 101
Fabricación y/o ensamble de maquinaria, equipo y accesorios eléctricos, incluye para la generación de energía eléctrica	1 409	1 878	211 559	323 782
Fabricación y/o ensamble de equipo electrónico de radio, televisión, comunicaciones y de uso médico	535	794	130 054	211 543
Industria automotriz	1 401	1 569	167 221	186 799
Elaboración de productos de plástico	3 249	4 378	125 018	171 565
Elaboración de productos de panadería	22 702	30 537	131 895	163 353
Imprentas, editoriales e industrias conexas	13 558	16 874	133 584	142 759
Hilado, tejido y acabado de fibras blandas, excluye de punto	5 461	4 904	116 753	132 728
Fabricación y reparación de muebles, principalmente de madera; incluye colchones	18 616	26 761	94 729	132 077
Industrias de las bebidas	2 432	3 667	134 444	131 788

Fabricación de otros productos metálicos, excluye maquinaria y equipo	4 225	5 587	117 331	130 931
Resto de ramas	169 279	221 732	1 673 831	2 047 896

NOTA: El orden en que se presentan las ramas de actividad corresponde a la cantidad del personal ocupado en 1998. Incluye establecimientos maquiladores.

FUENTE: Para 1993: INEGI. *Censos Económicos 1994. XIV Censo Industrial. Industrias Manufactureras, Extractivas y Electricidad.*

Para 1998: INEGI. *Censos Económicos 1999. Actividades de Producción de Bienes. Minería y Extracción de Petróleo; Industrias Manufactureras; Industria Eléctrica; Captación, Tratamiento y Suministro de Agua; e Industria de la Construcción.*

En cuanto a la fabricación y reparación de muebles de madera se muestra que la rama sigue con la tendencia de “en crecimiento”, además de que origina un porcentaje importante en generación de empleos que también esta creciendo y que incluso tiene un porcentaje mayor a ramas que antes la superaban en este rubro como la industria de las bebidas o la fabricación de productos metálicos.

### Panorama Nacional del sector mueblero

Este sector esta conformado por una industria de tradición familiar, integrada por alrededor de 1,082 empresas, de las cuales el 92% son micro – empresas, 5.6 % son pequeñas, el 2% medianas y únicamente 0.1 son empresas grandes.

El estilo predominante en la industria es el artesanal, escaso diseño y poco avance tecnológico incorporado en las empresas del ramo.

Asimismo, en este sector industrial, debemos incluir aquellas unidades económicas que se dedican a la reparación de muebles, mismas que totalizan 18,294 unidades económicas y mismas que emplean una mano de obra total de 46,635 personas, cifra muy representativa, ubicándola con un 41.9% del total de la mano de obra empleada por la industria mueblera (111,187 personas).

Por su parte, la estructura comercial del sector mueblero está conformada por alrededor de 15,158 establecimientos de los cuales el 8.9 % se dedican al comercio al por mayor de mueble y accesorios para el hogar y las oficinas; el 18.8% al comercio al por mayor de equipo, mobiliarios y materiales para el comercio y los servicios; y un 72.1% al comercio al por menor de muebles en general.

Entre el sector industrial y el comercial -incluyendo los talleres de reparación de muebles- se emplean 193,374, personas de las cuales el 54.8% laboran en el sector industrial y el 45.1% en el sector comercio.

De igual manera entre el sector industrial y el comercial, se pagaron por concepto de remuneraciones un total de N\$2,969,548, de los cuales el 42.6% corresponden a la industria y el 57.4% a la actividad comercial.

### **Distribución geográfica**

Las entidades federativas donde se concentran los principales fabricantes de muebles de madera son: Jalisco con el 16% de la industria, Distrito Federal con el 11%, Nuevo León con 8 %, Estado de México con 7%, Chihuahua 7%, Baja California Norte con el 5%, Puebla con 4%, Coahuila con 3%, y Michoacán con el 1%.

En conjunto la industria está constituida por 19 mil empresas y talleres, pero únicamente el 7 % de éstas exportan.

La industria maquiladora por su parte está constituida por 498 empresas que se localizan principalmente en los Estados de Baja California Norte, Coahuila, Chihuahua, y Nuevo León. Cabe destacar que esta industria representa el 67% de las exportaciones de muebles y sus partes.

### **Principales insumos**

La principal materia prima para los muebles de madera es el pino, aunque la tendencia mundial apunta hacia la utilización de tablero de densidad media (MDF) cada vez en mayor proporción; utilizando maderas sólidas únicamente para hacer algunos frentes y el hierro y el acero para los muebles de metal. El MDF se importa principalmente de Estados Unidos, y la madera importada proviene básicamente de Estados Unidos, Canadá, Brasil y Chile.

Recientemente se ha incrementado la importación de pino, debido a que la producción nacional es cada vez más escasa por lo que se busca la concesión de bosques susceptibles de ser plantaciones comerciales certificables, a fin de estar en posibilidades de vender muebles de madera proveniente de bosques controlados, requisito indispensable a partir del año 2000 en Europa para la importación de derivados de madera en la Unión Europea (ISO 14,000).

Como materias primas auxiliares empleados en la fabricación de muebles se tienen principalmente herrajes, barnices, bejuco, textiles, plástico, metal, alambre, pinturas y adhesivos.

## La industria mueblera mexicana (2000)

◆ NUMERO DE EMPLEADOS	115,000
◆ NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS	19,000
→ POR TAMAÑO DE EMPRESA	92% MICRO, 5.6% PEQUEÑAS, 2.0% MEDIANAS Y 0.1% GRANDES
→ POR ENTIDAD FEDERATIVA	JAL.(16%), D.F. (11%), N.L. ( 8 %), E DO. DE MEX. (7%), CHIH (7%), B.C.N. (5%), PUE. (4.5%), COAH. (3%), MICH. (1%).
◆ PRODUCTO INTERNO BRUTO	\$7,960 MILLONES DE PESOS ( A CONSTANTES DE 1993). (2.6% DEL PIB MANUFACTURERO)
◆ EXPORTACIONES	\$2,864 MILLONES DE DOLARES (1.8 % DE LAS MANUFACTURERAS)
◆ IMPORTACIONES	\$695 MILLONES DE DOLARES (0.4 % DE LAS MANUFACTURERAS)

FUENTE: BANCO DE MEXICO, IMBEX, BECOF

### Muebles de Madera

Subsector integrado por alrededor de 784, empresas. El 88.3% son empresas pequeñas, el 10.3% son medianas y el 1.4% son grandes.

La Industria del mueble de madera ha participado con 1.9% en promedio dentro del PIB manufacturero en los últimos seis años.

La industria de muebles de madera contribuyó con el 3.2% de empleos del total de la industria manufacturera en 1993, siendo el 49.3% del empleo generado por las empresas micro, el 27% por las empresas pequeñas, el 17.1% por las medianas y el 6.6% por las empresas grandes.

Del total de ventas de muebles de madera el 51% corresponde a la pequeña empresa, el 34% a la mediana y el 15% a la grande.

# Estructura de las exportaciones de México (millones de dólares)



Dentro de esta clasificación nos podemos dar cuenta que los muebles de madera se constituyen en la base de las exportaciones de México pues representan el 61.7% de las totales.

## Exportaciones de muebles

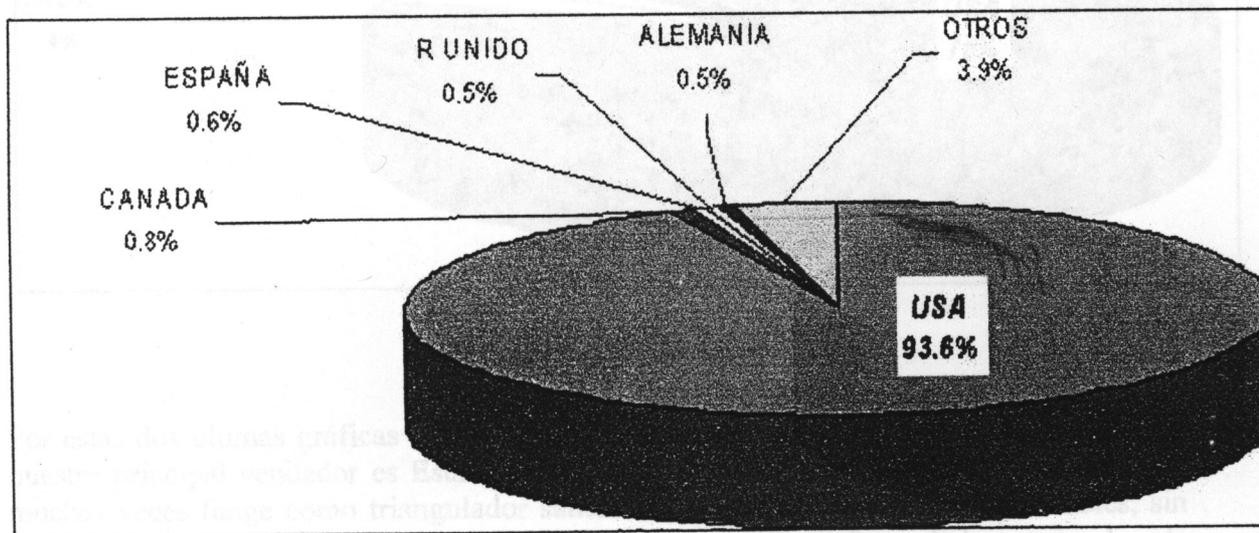
Durante el período 1997-2000 las exportaciones de muebles mostraron una tasa de crecimiento del 18 %. Las ventas de muebles mexicanos al exterior registraron avances

significativos al alcanzar en el año 2000 ventas por \$ 2,864 millones de dólares, cifra superior a la alcanzada en 1999 que fue de \$ 2,215 millones de dólares.

Las exportaciones de las empresas no maquiladoras han mantenido una tasa de crecimiento del 18 % anual, pero su participación continua siendo moderada, registrando el 23% del total exportado.

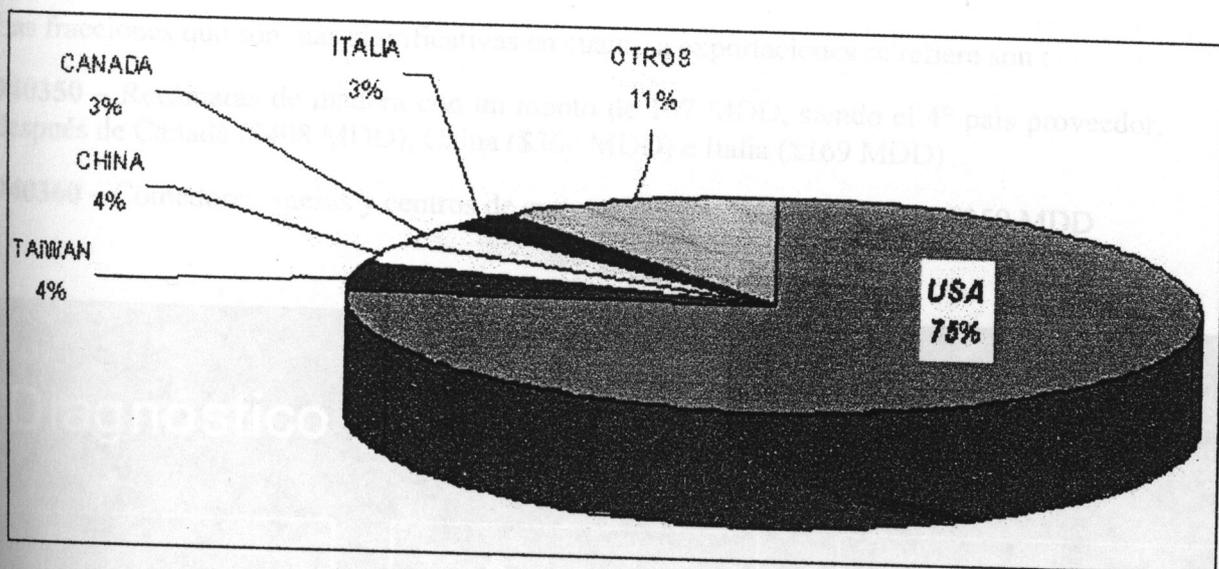
### DESTINO DE LAS EXPORTACIONES MEXICANAS

Los Principales Países de destino de las exportaciones mexicanas del Sector en julio del 2000, fueron Estados Unidos (93.6%), Canadá (0.8%), España (0.6%), Alemania (0.5%) R.Unido (0.5%)



## ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES MEXICANAS

Los Principales Países de origen de las importaciones mexicanas del Sector en julio del 2000, fueron Estados Unidos (75%), Taiwán (4%), China (4%), Canadá (3%), Italia (3%).



Por estas dos ultimas gráficas nos podemos dar cuenta que nuestro principal comprador y nuestro principal vendedor es Estados Unidos, de lo cual podemos concluir que este país muchas veces funge como triangulador satisfaciendo mercados con nuestros muebles, sin embargo, México con proyectos como el presente puede satisfacer dichos mercados de manera directa obteniendo así muchos más beneficios.

## Balanza comercial de la Industria Mueblera (sin maquila) (Millones de dólares)



### 9403 – Los demás muebles y sus partes

Las fracciones que son más significativas en cuanto a exportaciones se refiere son :

**940350** – Recámaras de madera con un monto de 167 MDD, siendo el 4° país proveedor, después de Canadá (\$408 MDD), China (\$360 MDD) e Italia (\$169 MDD)

**940360** – Comedores, mesas y centros de entretenimiento. México exportó \$159 MDD

## Diagnóstico del Sector Muebles

### Fortalezas

- Mano de obra con habilidades
- Competitividad en partes, muebles y accesorios
- Mayor grado de tecnificación
- Disponibilidad de mano de obra
- Capacidad de adaptación a requerimientos del mercado

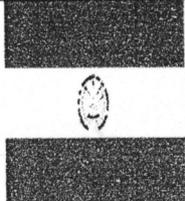
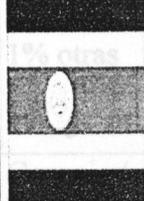
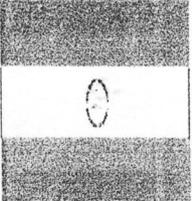
### Oportunidades

- Cercanía geográfica con Estados Unidos
- Tratado de Libre Comercio y Acuerdos Comerciales
- Demanda en Mercados no tradicionales
- Capacidad de producción disponible
- Desarrollo de infraestructura en mercados objetivo
- Mejoras en líneas de producción

### Necesidades

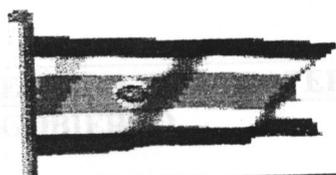
- Diversidad de materias primas
- Integración de la cadena productiva
- Desarrollo de mueble "RTA" y manejo de tablero "MDF"
- Controles de calidad y diseño propio

### 3.2 SELECCIÓN DEL PAÍS META

					
<b>PARÁMETROS EXTERNOS</b>	<b>EL SALVADOR</b>	<b>GUATEMALA</b>	<b>COSTA RICA</b>	<b>HONDURAS</b>	<b>NICARAGUA</b>
<b>Población</b>	6.3 millones por hab.	12,639,939	4,112,442 HAB.	6.2 millones de hab.	4.8 millones de hab.
	-4-	-5-	-1-	-3-	-2-
<b>Población urbana</b>	55.25%	39.70%	47.80%	48%	56%
	-4-	-1-	-2-	-3-	-5-
<b>PIB</b>	13.67 mmd	20 mmd	15.5 mmd	6.21 * mmd	2.5 mmd
	-3-	-5-	-4-	-2-	-1-
<b>PIB per cápita</b>	US\$ 2, 181.6	US\$ 1, 755.3	US\$ 3,983.7	US\$1, 000	US\$ 486.1
	-4-	-3-	-5-	-2-	-1-
<b>Importaciones de bienes (2001)</b>	4 948 mdd	5, 637mdd	6 446.1 mdd	2 604 mdd	1 791.6 mdd
	-3-	-4-	-5-	-2-	-1-
<b>Tendencia del mercado( saldo de la balanza comercial)</b>	-2, 674, 342	-3,203,284	- 1, 536, 435	-1.4 mmd	-1.02 mmd
	-2-	-1-	-3-	-4-	-5-
<b>Barreras arancelarias (Tratados internacionales)</b>	TLC Triangulo del norte - México 15 %	TLC Triangulo del norte - México 15%	TLC Arancel del 6%	TLC triangulo del norte - México 15%	TLC 10%
	-1-	-1-	-5-	-1-	-3-
<b>Afinidad cultural (idioma, religión)</b>	Español	Español católica	Español, 85% católica	Español. La mayoría católica	Español, miskito y sumo

<b>(idioma, religión etc.)</b>	Lenca y otras católica		católica 14% protestante 1% otras	católica Otros idiomas: miskito, garifuna etc.	católica
	-5-	-5-	-5-	-5-	-5-
<b>Apoyo Institucional de su país en el mercado</b>	Modulo comercial, Embajada y Consulado	Consejería de BANCOMEXT. Embajada. Consulado	Consejería de BANCO MEXT en San José y Embajada	Embajada, consulado y modulo comercial	Modulo comercial y Embajada.
	-4-	-5-	-5-	-4-	-3-
<b>Facilidad de distribución del producto</b>	Distribuidores	Distribuidores	Distribuidores	Distribuidores	Distribuidores
	-5-	-5-	-5-	-5-	-5-
<b>Ferias exhibiciones especializadas en el sector</b>	Ferias plurisectoriales	Ferias plurisectoriales	Expo muebles, San José y ferias plurisectoriales	Ferias plurisectoriales	Ferias plurisectoriales
	-2-	-2-	-5-	-2-	-2-
<b>Personal disponible para atender dicho mercado</b>	No	No	No	No	No
	-0-	-0-	-0-	-0-	-0-
<b>Totales</b>	<b>37</b>	<b>37</b>	<b>45</b>	<b>33</b>	<b>33</b>
<b>Resultados</b>	<b>2°.</b>	<b>3°.</b>	<b>1°.</b>	<b>4°.</b>	<b>5°.</b>

## COSTA RICA



<b>NOMBRE OFICIAL</b>	República de Costa Rica
<b>CAPITAL</b>	San José
<b>UBICACION GEOGRAFICA</b>	Costa Rica se encuentra en la parte central de América limita al Norte con Nicaragua y al Sur con Panamá. Posee costas en el Océano Pacífico y Atlántico.
<b>SUPERFICIE</b>	51.100 KM2
<b>POBLACIÓN</b>	0 – 14 años: 32% 15 – 64 años: 63% Más de 65 años: 5%
<b>FORMA DE GOBIERNO</b>	República Democrática
<b>PRESIDENTE Y JEFE DE ESTADO</b>	Dr. Abel Pacheco de la Espriella
<b>MONEDA</b>	Colón costarricense
<b>REQUERIMIENTOS PARA EL PRODUCTO</b>	Ninguno en especial, solo se recomienda que se maneje la misma calidad requerida para el mercado Norteamericano.
<b>NEGOCIACIONES COMERCIALES</b>	Miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y del Mercado Común Centroamericano. Acuerdos Comerciales: Centroamérica, México, Panamá, Chile *, Republica Dominicana* y Canadá* . Tratados bilaterales de inversión: Alemania, Argentina, Canadá, Chile, China, España, Francia, Gran Bretaña, Holanda, Paraguay, República Checa, Suiza y Venezuela. Negociaciones comerciales en proceso: ALCA, Panamá, Trinidad y Tobago.
<b>OBSTÁCULOS(LICENCIAS, PERMISOS ETC)</b>	La mayoría de los productos no requieren licencias de importación
<b>INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA</b>	diversa

<b>ESTABILIDAD SOCIAL Y POLÍTICA</b>	No posee fuerzas armadas, ya que éstas fueron suprimidas constitucionalmente en 1949.
<b>ESTABILIDAD Y APERTURA ECONOMICA</b> <b>GOBIERNO</b>	<p>Impulso del sector exportador.</p> <p>Su estructura política se basa en un sistema republicano representativo con tres poderes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Ejecutivo: está encabezado por el presidente y dos vicepresidentes, que son elegidos por voto directo cada 4 años, sin posibilidades de ser reelegidos. En el Poder Ejecutivo se encuentran también los Ministros que encabezan cada uno de los ministerios del país.</li> <li>□ Legislativo: ejerce el Poder Legislativo y está compuesta por 57 miembros, elegidos por sufragio universal directo por un período de cuatro años.</li> <li>□ Judicial: está conformado por la Corte Suprema de Justicia, que cuenta con 22 miembros elegidos por la Asamblea para un período de ocho años; tribunales menores, tribunales de trabajo y el tribunal electoral.</li> </ul>
<b>COSTUMBRES</b>	<p>Obligatorios: 1° de enero(Año Nuevo), 11 de abril (Héroe Nacional), Jueves y Viernes Santos, 1° de mayo (Día Internacional de l Trabajo), 25 de julio (Anexión de Guanacaste), 15 de agosto (Día de la Madre), 15 de septiembre (Día de la Independencia), 25 de diciembre (Navidad).</p> <p>No obligatorios: 12 de octubre (Día de las Culturas), 2 de agosto</p>

Costa Rica es una Nación clasificada, por organismos especializados, como de poco riesgo, cuenta con alta escolaridad, productividad y calidad, tiene facilidad de acceso a los mercados internacionales.

Tiene una democracia duradera y tranquilidad política, características que hacen de este país un lugar más indicado para hacer negocios en América

## **CLIMA**

De acuerdo con la escala de Holdrieschl, existen más de 12 zonas de vida en este país. El Atlántico y Pacífico Sur, poseen un clima tropical con estaciones no definidas. El resto del territorio tiene una estación lluviosa que va de mayo a noviembre y una seca de diciembre a abril.

La temperatura promedio es de 72°F (22°C) en el Valle Central. La temperatura en las costas y playas oscilan entre 70° - 90° (21° - 32°C).

Costa Rica dispone de una red vial de aproximadamente 37.281,88 Kms. entre carreteras y caminos. Asimismo puertos en ambas costas: Limón y Moín en el Atlántico y Puntarenas, Caldera, Golfito y Quepos en el Pacífico.

Los puertos más importantes por volúmenes de carga son: Limón, Moín y Caldera

El país cuenta con dos aeropuertos internacionales: el Juan Santamaría, ubicado a 16 kms. de la capital, y el Daniel Oduber Quirós ubicado en Guanacaste. Existen aeropuertos regionales en Pavas (Tobías Bolaños) y Limón. El Tobías Bolaños se limita a naves pequeñas, en tanto el de Limón tiene capacidad para todo tipo de naves. El aeropuerto Juan Santamaría es el más apropiado para la carga internacional.

### **3.3. ASPECTOS CUALITATIVOS DEL MERCADO.**

#### **CARACTERÍSTICAS, PRACTICAS COMERCIALES Y SITUACIÓN GENERAL DE PRECIOS CANALES Y PROMOCION.**

En lo concerniente a nuestro proyecto la principal actividad de Costa Rica es la producción y comercialización de muebles para oficina, la mayoría de este tipo de empresas gastan recursos, tiempo e investigación en las tendencias, gustos, reducción de espacios referente a equipo de oficina.

De hecho las grandes empresas muebleras de Costa Rica como Euromobilia, Arista y Mu América tienen como giro principal los muebles de oficina en diferentes materiales, son empresas basan su éxito en aspectos como: servicio y atención personalizada, garantía en la calidad e innovación.

Sin embargo todas estas empresas son originarias de otros países como España o Italia, lo cual indica que la producción de muebles en Costa Rica no ocupa un lugar importante.

Todas estas empresas podrían representar una competencia para nuestros productos, pero hay otras que se especificaran mas adelante que se dedican a la producción y comercialización de muebles de madera y es a estas a quien debemos de prestar mas atención aunque no representan un grave peligro para nosotros por lo que se explicara.

Para poder saber si nuestros comedores de madera tienen posibilidad de éxito en Costa Rica debemos de conocer primero los gustos, actitudes y deseos de los consumidores de este país, los cuales como resultado de la investigación que se realizó no distan mucho de los patrones que se dan en nuestro país.

Así pues descubrimos que la combinación de estilos, líneas sencillas y maderas de tonos cálidos protagonizan las nuevas tendencias de la decoración contemporánea. El buen momento económico reflejado también en el "boom" mobiliario ha propiciado una actitud abierta en el consumidor costarricense, más receptivo a las novedades en el ámbito de la decoración.

El aumento de la oferta en los últimos años ha diversificado mucho las tendencias aunque, en términos generales, existe una clara orientación hacia el mueble de calidad, los diseños sencillos, cómodos, frescos y la utilización de maderas macizas en tonos naturales.

Estas consignas se adaptan a cada uno de los cuatro estilos en los que se podría articular la decoración contemporánea: el eterno clásico; el rústico; los coloniales y étnicos, y el moderno, que tienden a combinarse acertadamente recreando ambientes con identidad propia.

### **Clásico reinterpretado**

Así, en el mueble clásico, se impone el estilo Louis Philippe de formas puras, o las reproducciones de muebles antiguos en tonos más claros que quitan seriedad al mueble y le añaden actualidad. Se trata, en definitiva, de una nueva reinterpretación del estilo clásico en una doble dirección: conjugándola con elementos decorativos de la antigua Grecia y Roma, -mármol, piel natural, etc.; o haciendo uso de gustos más barrocos; o haciendo uso de contrastes junto a elementos más funcionales y evitando excesivas ornamentaciones.

## **El rustico permanece**

El estilo rústico, tan demandado en los últimos años, continúa su protagonismo al alza con una renovada oferta en la que toman fuerza la línea provenzal y los tonos nogal, cerezo, miel y roble envejecido. Los acabados de anticuario, decapé blanco y gris, y las pátinas y ceras cobran de nuevo protagonismo. Los detalles de forja y las tapicerías de lino, algodón y lana, acompañan a esta tendencia y añaden calidez a estos ambientes, ya de por sí acogedores.

## **Moderno**

De línea moderna son también los muebles juveniles, con series modulares en madera de pino macizo alistonado en gran variedad de colores –miel, natural, roble, o decapés en azul, verde, amarillo y rojo. Una opción práctica con piezas desmontables que facilitan su adaptación a cualquier medida del hogar.

## **SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

Atendiendo los beneficios de nuestro producto se decidió segmentar el mercado de acuerdo a los siguientes parámetros:

**Segmentación geográfica:** provincia donde se concentre el mayor número de población, que sea un área metropolitana para cerciorarnos de contar con una base suficientemente amplia de clientes

**Segmentación Demográfica:** atendiendo al ciclo de la vida familiar, se debe estar en la etapa conocida en mercadotecnia como nido lleno I, que es el denominado matrimonio joven con hijos, ya que presenta necesidades como la de amueblar su casa o ampliarla.

En este tipo de segmentación también se atiende al nivel de ingresos que deben de ser medio- alto ya que nuestro producto además de cumplir con una satisfacción explícita que es la de tener un lugar destinado para ingerir alimentos cumple también con una satisfacción implícita que es la decoración que a su vez es una necesidad subjetiva.

Ciudad	Población	Participación
San José	1.356.442	35%
Alajuela	716.935	19%
Cartago	432.923	11%
Heredia	354.926	9%
Guanacaste	264.474	7%
Puntarenas	358.137	9%
Limón	340.756	9%

Fuente: INEC

De acuerdo a los parámetros establecidos nuestro nicho de mercado sería el siguiente:

PAIS	Costa Rica
PROVINCIA	San José
POBLACIÓN	1.356.442 HAB.
TAMAÑO PROMEDIO POR HOGAR	4.1 HAB.
NIVEL DE INGRESOS	USD 2,000

### **MERCADO POTENCIAL**

La población total de San José es de 1, 356, 442 habitantes y el tamaño promedio de una familia en el mismo lugar es de 4.1, luego entonces:

$1,356,442 / 4.1 = 330,839.51$  resultado que sería en realidad el mercado potencial. Ahora bien, debido a la capacidad productiva de nuestros proveedores se estarían exportando 192 comedores al año, por lo cual, se deduce que:

$192 / 330,839.51 = 0.0005803$  es decir, con nuestras exportaciones estaríamos cubriendo solo el 0.5% del mercado potencial.

**Los datos obtenidos nos demuestran que nuestra oferta es ampliamente absorbida por nuestro nicho de mercado.**

**3.4 ASPECTOS CUANTITATIVOS DEL MERCADO. MEDICION Y TENDENCIAS DE CONSUMO Y DE LAS IMPORTACIONES, EN VALOR Y/O VOLUMEN EN LOS ULTIMOS AÑOS**

**COSTA RICA**

**ESTRUCTURA DEL PIB POR ACTIVIDAD ECONÓMICA 2001**

<b>ACTIVIDAD ECONÓMICA</b>	<b>PARTICIPACIÓN %</b>
Industria manufacturera	21.7
Comercio al por mayor, al por menor, restaurantes y hoteles	17.9
Servicios comunales, sociales y personales	10.6
Agricultura, silvicultura y pesca	10.7
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	10.8
Servicios financieros y seguros	4.0
Actividades inmobiliarias	4.9
Construcción	3.9
Servicios de Admón. Pública, Sector Gobierno	2.4
Otros servicios prestados a empresas	2.9
Electricidad y Agua	2.9
Extracción de minas y canteras	0.1
Otros	7.2
Total	100.0

Fuente: Banco Central de Costa Rica. Composición porcentual del PIB nominal por industria.

Por lo que pudimos apreciar en la tabla anterior en Costa Rica al igual que en México la industria manufacturera es la actividad con más participación económica en el país; la siguiente tabla nos muestra los principales productos de exportación.

## COSTA RICA: PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACION

2001

Millones de dólares

Producto	2000		2001	
	Valor F.O.B.	Posición	Valor F.O.B.	Posición
<u>Otras partes para circuitos modulares</u>	1,627.10	1	788.6	1
Textiles	737.6	2	678.4	2
Banano	531.5	3	502.5	3
Muebles y sus partes	15	54	17.8	45
Puertas y sus marcos	15.9	49	16.4	49
Fuel oil	18.7	45	15	50

Es obvio señalar que las exportaciones tienen que coincidir con las principales industrias en Costa Rica que son precisamente el sector de componentes electrónicos, alimentos, textil, materiales de construcción, cemento y fertilizantes además de la producción de bananos y café, pues bien todos los productos derivados de estas ramas gozan de un lugar privilegiado en cuanto a exportaciones de Costa Rica se refiere.

Las exportaciones de muebles no ocupan un lugar importante pues en el año 2000 ocuparon el lugar 54 en cuanto a participación y en el 2001 el 45, en donde la mayoría de las exportaciones fueron de muebles metálicos principalmente para oficina, lo cual nos dice la producción de muebles de madera para el hogar no es significativa.

## Muebles

Durante el año 2001, los muebles de metal constituyeron la categoría más importante de muebles que se exportaron, representando más del 70% del valor total exportado en la categoría analizada. Sin embargo, en el año anterior esta categoría tan solo representaba un 3%, siendo los muebles de plástico los más importantes. Este cambio en la composición de las exportaciones es asociado con un cambio en el principal producto exportado por la principal exportadora del sector.

### COSTA RICA: EXPORTACIONES DE MUEBLES SEGÚN CATEGORÍA 2000, 2001

Categoría de muebles	2000		2001*	
	US\$	PART. REL.	US\$	PART. REL.
Muebles de madera	2,524,012.17	19.0%	1,761,656.61	12.2%
Muebles de metal	404,617.15	3.0%	10,483,421.47	72.5%
Muebles de plástico	10,345,730.59	77.9%	2,220,924.98	15.4%
	13,274,359.91	100.0%	14,466,003.06	100.0%

\* Datos del 2001 corresponden al acumulado de enero a setiembre

No se incluye información de partes de muebles o mobiliario especializado.

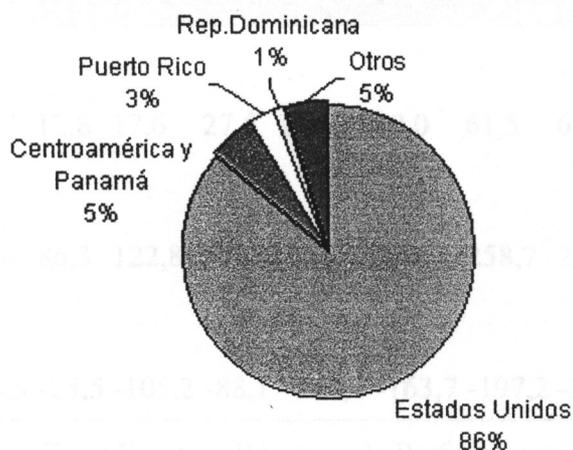
Nota: No se incluyen datos de Zona Franca

### Destino de las exportaciones

El principal destino de las exportaciones de muebles es el mercado de Estados Unidos, al cual se destina el 86% del total exportado, seguido de Centroamérica y Panamá, Puerto Rico y República Dominicana.

Es importante señalar que si se analizan los destinos de las exportaciones según los distintos tipos de muebles, se tiene que los muebles de madera presentan una mayor diversificación de mercados en comparación con los muebles de plástico y de metal donde más del 90% se dirige a Estados Unidos.

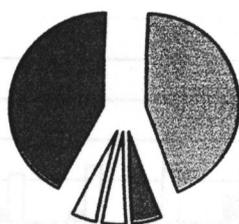
**COSTA RICA: DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE MUEBLES  
Enero-setiembre 2001**



### IMPORTACIONES DE MUEBLES DE MADERA EN EL AÑO 2001

VALOR CIF US\$	KILOGRAMOS
4,123,008	2,520,220

### ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES



### COSTA RICA: INTERCAMBIO COMERCIAL CON MEXICO

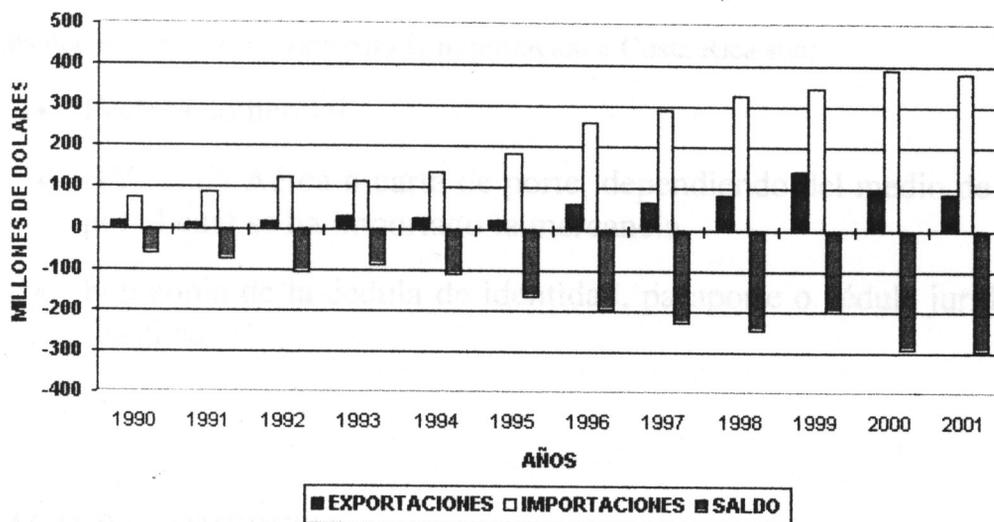
Millones de dólares

1990-2001

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
EXPORTACIONES	14,7	12,8	17,6	27,5	26,2	20,0	61,5	67,0	83,9	144,8	99,7	86,8
IMPORTACIONES	75,0	86,3	122,8	115,6	137,7	183,7	258,7	294,2	328,2	345,6	392,9	381,8
SALDO	-60,3	-73,5	-105,2	-88,1	-111,4	-163,7	-197,2	-227,2	-244,3	-200,8	-293,2	-295,0

A partir de 1994, se incluye Zona Franca y Régimen de Perfeccionamiento Activo

**COSTA RICA: INTERCAMBIO COMERCIAL CON MEXICO 1990-2001**



**EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE MUEBLES DE MADERA ENTRE México Y COSTA RICA**

**México (exportaciones)**

2000	2001	MARZO 2002
US\$ 11 018	US\$ 55 568	US\$ 13 649

**( importaciones)**

2000	2001	2002
		21 pzas.

### 3.5 BARRERAS DE ACCESO AL MERCADO

Los documentos necesarios para la importación a Costa Rica son:

- Factura comercial
- B/L, Guía Aérea o carta de porte, dependiendo del medio de transporte por el cual se ha importado la mercancía
- Fotocopia de la cédula de identidad, pasaporte o cédula jurídica; según sea el caso

#### FACTURA COMERCIAL

Todo embarque debe ampararse con este documento, debe presentarse en original y seis copias, con firma autógrafa, en español o inglés y debe incluir la siguiente información:

- Nombre y dirección del vendedor o embarcador
- Nombre y dirección del comprador o consignatario
- Descripción detallada de la mercancía
- Cantidades, peso y medidas del embarque
- Precio de cada mercancía enviada, especificando el tipo de moneda
- Condiciones de venta (INCOTERM). Los montos por concepto de flete, primas de seguro, comisiones y costo de embalaje para el transporte deben desglosarse en caso de que el cliente lo solicite o según las condiciones de venta.
- Lugar y fecha de expedición.

#### DOCUMENTO DE TRANSPORTE

El documento de transporte es el título de consignación que expide la compañía transportista, en el cual se indica la mercancía que se ha embarcado, el destino determinado y las condiciones en que se encuentra.

La denominación depende del medio de transporte que se utilice y en nuestro caso es conocido como "Carta de Porte".

Los términos del documento de transporte deben coincidir con los de la carta de crédito, con el contrato de compra-venta y la factura; en lo referente a la descripción de la mercancía, las características del embalaje y las cantidades.

## CERTIFICADO DE ORIGEN

El certificado de origen para exportar a Costa Rica es un documento sencillo de libre reproducción que se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 1994 y la modificación al instructivo el 10 de mayo de 1996, el exportador lo debe de llenar y firmar, no requiere validación oficial de alguna autoridad en el país de origen.

Si el exportador no es el productor del bien, debe llenar el certificado de origen con base a una declaración de origen firmada por el productor. El certificado de origen puede amparar una o varias importaciones que se realicen en doce meses, siendo necesario presentarlo en cada importación.<sup>1</sup>

Costa Rica ha reducido las tarifas arancelarias desde 1992, de acuerdo con la meta de un mercado abierto para el Mercado Común Centroamericano.

## VER ANEXOS

El tratamiento arancelario de las importaciones presenta las características que muestra el siguiente cuadro:

Centroamérica: Política arancelaria

Tipo de bien	Tarifa asignada
Materias primas producidas en el istmo	5%
Materias primas no producidas en el istmo	0%
Bienes intermedios y bienes de capital producidos en el istmo	10%
Bienes intermedios y bienes de capital no producidos en el istmo	0%
Bienes finales	15%

Fuente: Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

Un número importante de impuestos recae sobre las importaciones, como el impuesto selectivo de consumo que va desde un 5% a 75%, impuesto de ventas 13% y un 1% que se le impone a todas las importaciones excepto medicinas.

## **IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS**

El impuesto a las ventas lo deben pagar tanto personas físicas como jurídicas, públicas y privadas que realicen ventas o presten servicios en forma habitual; también, las personas de cualquier naturaleza que efectúen importaciones o internaciones de bienes.

Este impuesto bajó desde 1997 de el 15% al 13%.

## **IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO**

Grava tanto a la importación como a la producción nacional; se calcula sobre el valor CIF de la mercadería mas lo correspondiente al impuesto ad – valorem. Este impuesto se cobra indiscriminadamente sin importar el origen de la mercancía importada.

## **LEY 6946**

También se cobra sin importar el origen de la mercancía como ya se menciona es el 1% sobre el valor aduanero. Es importante señalar que debido al Tratado de Libre Comercio que tenemos con Costa Rica, al presentar el certificado de origen este impuesto se elimina.

La base gravable para el cobro del impuesto de importación es sobre el valor CIF de la mercancía.

IMPUESTO	TARIFA	PREFERENCIAS
DAI (Derecho arancelario de importación)	15.00 %	6.00%
IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS	13.00%	
SELECTIVO AL CONSUMO	10.00%	
LEY 6946	1.00%	0.00%

### Barreras no arancelarias

En general, la importación de muebles a Costa Rica no enfrenta restricciones de normatividad que representen significativos obstáculos para su ingreso en este mercado.

Lo anterior implica que no existen permisos, licencias o trámites especiales para que los muebles puedan comercializarse.

En tal caso se recomienda manejar una sola calidad del mueble y cumplir con la normatividad que se exige en el mercado norteamericano.

Así pues en Estados Unidos y Canadá existen normas técnicas de fabricación y de calidad que son establecidas por instituciones o asociaciones privadas de fabricantes para algunos tipos de muebles dependiendo del material con que estén hechos.

Entre algunos de los aspectos que permitirán una mayor aceptación del producto es cuidar que la madera que se utilice esté completamente seca, para evitar problemas de expansión o reducción de la misma ante cambios de temperatura o humedad.

Si los muebles utilizan algún tipo de tela según su acabado deberán tomarse en cuenta las normas técnicas de inflamabilidad especificadas para el uso de este material.

Otras de las disposiciones son que los muebles deberán de estar completamente pulidos, con sus uniones ensambladas, tratando de usar preferentemente tornillos y evitando, en lo posible el uso de pegamentos y clavos. Se recomienda el uso de lacas. En caso de usar algún tipo de herrajes, es conveniente cuidar que estos sean de buena calidad. Se sugiere que los muebles sean empacados con plásticos de burbujas de aire comprimido o con hule espuma, para evitar posibles daños

En cuanto a las regulaciones ecológicas no constituyen una obligación, pero es conveniente tener en cuenta las normas ISO 14000 (International Standard Organization).

Existen algunas normas voluntarias de inflamabilidad, su objetivo es garantizar la seguridad del consumidor y consisten en efectuar pruebas sobre las telas que se utilizan en la fabricación de los muebles, a fin de comprobar su resistencia a la ignición de cigarrillos y con ello medir el riesgo de inflamabilidad para los consumidores, de acuerdo a lo dispuesto en la Ley conocida como Flammable Fabrics Act (FFA)

En lo referente al etiquetado se dispone que todos los empaques deben contener información básica como: nombre común del producto, número de unidades, origen geográfico del producto, nombre del importador en Costa Rica, nombre del exportador.

#### **OTRAS:**

Uso de pegamentos y pintura resistente al agua, a la luz del sol y a los cambios en el clima artificial.

Las mesas de comedor deben tener la posibilidad de extenderse mediante la inserción manual de una hoja de madera adicional. La extensión máxima sugerida es de 2.54 metros.

### 3.6 ANALISIS DE LA COMPETENCIA TANTO DOMESTICA COMO INTERNACIONAL

#### COMPETIDORES DIRECTOS EN COSTA RICA

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	ACTIVIDADES	TELEFONO	DIRECCION	PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL
Remodelaciones Artavia, S.A.	Producción de muebles de madera	(506)2359418 (506)2358972	Del templo católico 25m. Al oeste.	Kenett Artavia
Ibo Aguilar Lizano	Producción de muebles de madera	(506) 2403238, (506) 3850158	Del Templo Católico, 50 m oeste	Ibo Aguilar Lizano
Muebles Malvin	Producción de muebles de madera	506) 2291280, (506) 3917041	Del Salón Pará, 350 m noroeste	Mario Alberto Álvarez Viales
Muebles Abaco, S. A.	Fabricación de todo tipo de muebles de madera	(506) 2284159, (506) 2280494	Del Asilo de Ancianos, 150 m este	Rolando Soto Montero
Muebles y Tapicería Solera	Producción de muebles de madera	(506) 2321592	Del Supermercado Palí, 350 m oeste	Teodorico Arburola Vásquez
*NAJAR S.A.	Producción de muebles rústicos	(506) 2367519	De la esquina suroeste del parque, 300 m oeste	Ana Lía Najjar Palomo
Productos únicos de Costa Rica, S.A.	Exportadora de los demás muebles de madera	(506)4433541		

El cuadro anterior muestra exclusivamente nuestra competencia directa, es decir aquellos productores de muebles de madera para el hogar dentro de los cuales se encuentran los comedores, todos ellos se caracterizan por encontrarse en San José y por ser pequeños comercios que satisfacen la demanda de los consumidores cercanos a sus establecimientos, carecen de suficiente promoción y casi todas de marcas reconocidas.

Dentro de este grupo se destaca NAJAR S. A. ya que tiene registrada la marca del mismo nombre para sus muebles, su propietaria la señora Ana Lía Najar Palomo produce y vende artesanías consideradas en su mercado de inigualable belleza.

Las ventajas que sus productos podrían tener sobre los nuestros serían:

El reconocimiento de marca: esto se deriva de los varios años de experiencia artesanal que ha desempeñado en este mercado.

Conocimiento del mercado: debido al factor tiempo y el desenvolvimiento dentro del mercado, ya que de esta manera es más sencillo reconocer las tendencias, los gustos, los patrones de consumo etc. de los clientes.

COMPETIDORES NACIONALES					
NOMBRE	DIRECCION	DIRECCIÓN ELECTRONICA	VENTAS (DÓLARES)	DESTINO	PRODUCTOS
Marbol del Sureste, S.A. de C.V	Calle 65 no. 689 x 88. Centro. Mérida, Yucatán (999) 924 9589	marbol@prodigy.net.mx	50 000 o menos	Centroamérica, Caribe y Sudamérica	940360
Walton design Furniture, S.A de C.V Marca: Walton	35 PTE. 1312. Volcanes. Puebla, Puebla. (222)243 5903	waldesing@prodigy.net.mx www.prodigyweb.net.mx	50 000 o menos	Centroamérica, España, Estados Unidos y Kenia	940360
Intera A de C.V.	Calle 8. Fracc. Industrial Alce Blanco. Naucalpan Edo. De México (55) 53585195	interaa@solar.sar.net	250 000	Canadá, Centroamérica, España, Francia, Japón, Reino Unido y Sudamérica.	940360
Irma Lorena Mora Padilla Marca: el zaguán milagreria	Juarez437. Rancho Blanco. Tlaquepaque, Jalisco. (33) 3635 1683		50 000 o menos	Canadá, Centroamérica, estados Unidos, Guatemala y Venezuela	940360

Lombardía Design	Cantera 150, Jardines del Pedregal. 01900. México, DF. ( 55 )56351014	Perez_pao@terra.com.mx	250 000	Centroamérica y estados Unidos de América.	940360
Diseño nuevohispano S.A. de C.V. Marca: Agustín Parra	López Mateos Sur 4546. Miguel de la Madrid. Zapopan Jalisco. 45090 (33) 36842980 36841313	barroco@infosel.net.mx www.agustinparra.com.mx	50 000 o menos	Colombia, Costa Rica, Italia y Republica Dominicana.	Todos muebles madera.
Diusvi diamonds S.A. de C.V.	5ª. Ave. Sur 428. Centro. Cozumel, Quintana Roo. (987)872 66 60	ecancino@cozunet.finied.com.mx.	50 000 o menos	Centroamérica y el Caribe	940360
Espacio Inteligente del Norte, S.A. de C.V.	Liendo 627 despacho 307. Obispado Monterrey N.L (81) 8333 6348	export@espaciointeligente.com.mx www.espaciointeligente.com.mx	50 000 o menos	Canadá, Estados Unidos y Centroamérica.	940360
Grupo Industrial San Carlos Marca: San Carlos	Av. La Purísima 190. La Purísima. México DF. (55) 56120725	scarlos@datasys.com.mx www.feriavirtual.com.mx	2 500 000	Arabia Saudita, Centroamérica, Estados Unidos, Europa Occidental.	940360
Industrializadora de maderas Balun Canan, S.A. de C.V.	Carretera Panamericana Km 1262. Tramo carretera Comitán - Trin Guadalupe Chichima (963) 632 4257		50 000 o menos	Costa Rica, El Salvador, Guatemala y Honduras	940360

Como nos pudimos dar cuenta son solo 11 empresas registradas en BANCOMEXT las que dentro de sus destinos exportan a Costa Rica, cabe señalar que en ninguno de los casos es este país su principal cliente.

La mayoría de estas empresas cuentan con poca experiencia exportadora, ya que tienen de 2 a 6 años realizando esta actividad, razón por la cual sus ventas sean similares pues la mayoría perciben 50 000 dólares y cuentan con 25 o menos trabajadores dentro de sus empresas; obviamente a hay quienes liderean este mercado basándose en experiencia e infraestructura de su negocio como es grupo Industrial San Carlos que tiene su marca registrada y aunque inicia operaciones en 1972 empieza a exportar en el año de 1986 percibiendo a la fecha 2 500 000 dólares y contando con 60 trabajadores.

Lo anterior nos demuestra que Costa Rica es un mercado que acepta los muebles mexicanos pues la experiencia de estas empresas lo confirma, por lo cual se concluye que con una buena estrategia de penetración en el mercado, una adecuada promoción del producto y tratando de seguir al pie de la letra todas las acciones en el presente proyecto expuestas podemos hacer que los costarricenses coman en muebles mexicanos.

## CAPITULO IV

### ASPECTOS OPERACIONALES

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

##### OBJETIVOS:

- Estar exportando regularmente a este mercado
- Desarrollo de un canal de comercialización directo
- Desarrollo de marcas buscando crear lealtad
- Ampliar nuestro portafolio de negocios
- Innovar de acuerdo a las necesidades del consumidor

##### METAS

##### ESCENARIO PESIMISTA

Por ser un producto de gran trabajo artesanal las ventas deben de estar forzosamente ligadas a la capacidad de producción de nuestros proveedores; además de tener cuidado de no descuidar el mercado local, cuidando de esta manera la proyección internacional debido al turismo local.

Supongamos que disponemos de la mitad de la producción mensual del taller proveedor, es decir, 4 comedores tradicionales y 4 de los de patina (nuestros productos interrogación)

Lo cual supondría la venta en el mercado meta de 2 comedores a la semana, y las ventas ascenderían a 12 018 dólares mensuales.

##### ESCENARIO CONSERVADOR

Se espera la venta de tres comedores por semana, lo cual arrojaría un total de 18 027 dólares.

Cabe mencionar que en cualquiera de los tres escenarios no se tiene que cumplir estrictamente la venta de determinado numero de comedores por semana, lo importante es q se alcance el numero mensual, es decir, en este escenario bien podrían venderse 4 comedores la primer semana, dos la segunda, seis la tercera y ninguno en la cuarta y así un sin fin de combinaciones.

## ESCENARIO OPTIMISTA

Se utilizaría el total de la producción del taller que representa 8 comedores tradicionales y 8 en patina, lo cual representaría una venta mensual de 24 036 dólares.

## 4.2 ADECUACIONES DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

### PRODUCTO

La intención no es vender una serie de atributos sino más bien beneficios que satisfagan las necesidades de los consumidores, se pretende desarrollar una marca del producto y así constituir una ventaja diferencial para posicionarnos en el mercado de acuerdo a la imagen que de nuestros consumidores queremos dar.

Desarrollar un paquete que proteja el producto en su camino al consumidor, que brinde protección y sea funcional tanto para los mayoristas como para el consumidor.

Desarrollar una etiqueta descriptiva, que es la que proporciona información sobre el uso del producto, su construcción, cuidado etc.

Ofrecer servicios de post-venta.

### PRECIO

Cabe mencionar que la fijación de nuestro precio ira en función a: el mueble objeto de la transacción, varios servicios complementarios (garantía) y en un sentido muy real, los beneficios satisfactorios de deseos que ofrece el producto. De esta manera atenúamos la importancia que el precio tiene en la demanda de los productos dando este lugar a las características diferenciales como una marca de gran demanda, la alta calidad, la comodidad de compra o alguna combinación de éstos y otros factores.

En conclusión se pretende fijar un precio acorde al valor de nuestro producto, para esto es necesario establecer un objetivo de fijación de precios que obviamente deben ser compatibles con la meta de la compañía y de acuerdo a nuestro particular caso este objetivo sería orientado a las ventas.

Incrementar el volumen de ventas y aumentar la participación en el mercado serán nuestros objetivos de fijación de precios mediante la aceptación de márgenes bajos de utilidad y reducción de costos.

## ESTRUCTURA DEL PRECIO

CONCEPTO	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES	
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL
PRECIO EN PLANTA				
PRECIO DE VENTA EN PLANTA	8 000	128 000	800	12 800
EMBALAJE	2 00	3 200	20	320
UTILIDAD	2 400 ( 30%)	38 400	240	3 840
EXW, Apatzingán, Michoacán, México	10 600	169 600	1 060	16 960
Maniobras de carga en la bodega exportador	50	800	5	80
Flete hasta San José, Costa Rica, en la bodega del importador	3 312.5	53 000	331.25	5 300
Seguro de la mercancía hasta San José, Costa Rica en la bodega del importador	687.5	11 000	68.75	1 100
Despacho aduanal	375	375	37.5	37.5
CIP,SAN JOSE, COSTA RICA	15 025	234 775	1 502.25	23 477.5

### PLAZA

Lo que se pretende es constituir un sistema de marketing vertical a mediano plazo para de esta manera saber exactamente a que consumidores finales llegan nuestros muebles y poder mejorar nuestros servicios.

Por lo pronto basándonos en las necesidades, estructura y comportamiento de compra de los consumidores costarricenses se realizará una distribución exclusiva, es decir, a través de varias tiendas del mercado pero todas ellas razonablemente apropiadas y que cuenten además con servicios que nosotros no podemos dar o nos resulten poco rentables debido a nuestro incipiente conocimiento del mercado.

Se pretende tener el control del canal para poder cuidar la calidad del mueble aunque cuidando sea visto como una sociedad para atender las necesidades de los consumidores finales.

Cabe recordar que se pretende introducir una línea de muebles nueva donde se utiliza la patina entonces se pretende idear un contrato restrictivo para poder introducir esta línea nueva.

## **PROMOCION**

La promoción es un elemento que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de nuestro producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.<sup>1</sup>

Consientes por un lado de la importancia que la campaña promocional tiene sobre las ventas y por otro lado del bajo presupuesto con el que contamos, se decidió emprender una campaña promocional compartida con los mayoristas a los que se va a vender nuestros muebles.

La publicidad se realizara mediante medios impresos de Costa Rica y a través de la pagina web.

La promoción de ventas se hará mediante ferias y exhibiciones internacionales.

Seguros del valor que se ofrece a los consumidores finales con nuestros productos se cuenta con la publicidad no pagada beneficiándonos de la credibilidad que nos puede brindar.

Videos que se transmitirán en las tiendas con información acerca de cómo se hacen los comedores, su calidad, etc. para facilitar la compra de los productos.

### **4.3 ESTRATEGIA DE ENTRADA AL MERCADO**

Nuestra prioridad es crear lo que se llama conveniencia para los clientes; las categorías principales de la conveniencia son:

- lugar: la disponibilidad de un producto o servicio ubicado convenientemente para un cliente potencial
- tiempo: la disponibilidad de un producto o servicio cuando el cliente lo desea.
- forma: la disponibilidad del producto procesado, preparado, listo para usarse y en condiciones apropiadas
- información: la disponibilidad de respuestas a preguntas y comunicación general acerca de las características útiles y los beneficios del producto.

---

<sup>1</sup> William J. Stanton. Fundamentos de Marketing. Décima edición. México 1999.

Atendiendo a estos conceptos y a que nos encontramos en posición de entrar a un mercado por primera vez se optó por utilizar distribuidores atendiendo a un nicho de mercado con características específicas ya mencionadas.

La selección de distribuidores en un mercado meta es una tarea muy importante, pues este puede marcar la diferencia entre el éxito o el fracaso del producto en el mercado; para que los resultados sean positivos debe existir un compromiso individual personal con el producto, para esto el producto debe estar diseñado y tener un precio para ser competitivo, seguros de estas características los distribuidores deben ser exclusivos, es decir, aquellos que reúnan las características necesarias para poder brindar conveniencia al cliente.

Cabe señalar que aunque nuestra finalidad con el distribuidor es trabajar de forma conjunta asegurándonos que con nuestro producto ambos salgamos beneficiados, si un distribuidor no funciona adecuadamente se rescindirá del acuerdo y se procederá a encontrar otro; pocas compañías son tan grandes como para convertir un distribuidor o agente mediocre en un representante efectivo. Por lo tanto las dos cláusulas más importantes en nuestro contrato son las referentes al desempeño y la cancelación, están redactadas de forma que sea fácil cumplir, o si es necesario, rescindir el acuerdo.

#### 4.4 ASPECTOS OPERACIONALES

Considerando que el producto a comercializar no es perecedero se concluyó transportarlo vía terrestre, el viaje dura 9 días, lo cual no es un factor determinante para que las piezas sufran algún percance, además para elegir este medio de transporte fue determinante el costo total logístico, el inconveniente mayor es el riesgo de robos y asaltos, pero este problema se puede solucionar con el seguro, cuyo costo no es comparable con lo que se pudiera gastar si se eligiera otro medio de transporte, por ejemplo, si utilizáramos el transporte marítimo se tendría que contemplar primero el costo del inventario, la mezcla de las mercancías y el movimiento al que están sujetas lo que conlleva a diseñar un empaque y embalaje costosos.

La ruta que seguirá el transporte en su viaje será: Morelia – Chiapas y de ahí a Costa Rica.



El seguro será con cobertura de “todo riesgo”, ya que cubren los riesgos por pérdida total o parcial o por daños materiales que sufran los bienes como consecuencia de algunos de los siguientes siniestros: incendio, explosión, hundimiento, colisión, volcaduras, descarrilamiento además de: robo de bulto por entero o parcial, contacto con otras cargas, manchas, rotura, derrame, oxidación y mojaduras de agua ya sea dulce o de mar.

Los muebles de madera, son productos que no tienen problemas de temperatura, por lo tanto, se contratarán dos contenedores comunes de 40 pies; que tiene en el exterior las siguientes medidas:

En su exterior,

Largo : 12.20 mts.

Ancho: 2.44 mts.

Alto: 2.60 mts.

Y en su interior,

Largo: 11.33 mts.

Ancho: 2.28 mts.

Alto: 2.19 mts.

Además se utilizarán dos tipos de tarimas, para lo cual se llevarían a cabo varias pruebas de acomodo de tarimas en los contenedores, buscando encontrar el óptimo ordenamiento de los muebles.

## **ACOMODO DEL EMBALAJE DENTRO DEL CONTENEDOR**

- Se deben usar separadores corrugados de diferentes tamaños
- Aplicar refuerzos de madera en cruz entre cajas
- Estibar sobre tarimas de carga
- Utilizar el método de bloqueo (eliminar los espacios vacíos)
- Hacer el amarre de los embalajes a las paredes del contenedor
- Usar refuerzos de madera natural de pino de sección aprox. 5 x 10 cm
- Hay que mantener la carga firme contra las paredes del fondo y los costados del fondo del contenedor.

## **4.5 COTIZACIONES, INCOTERMS, TRANSPORTE Y SEGUROS**

### **INCOTERM**

De acuerdo a los alcances y necesidades de nuestra comercializadora se ha elegido el incoterm **CIP Carriage and insurance paid to San José, Costa Rica / Transporte y seguro pagado hasta San José, Costa Rica.**

### Obligaciones del vendedor

- Mercancía
- Empaque y Embalaje
- Flete
- Seguro
- Gastos de Exportación y documentos necesarios

### Obligaciones del comprador

- Pago de la mercancía
- Formalidades aduaneras de importación
- Transporte interior
- Maniobras de descarga

Se escogió este termino de compra- venta por que como es sabido, la empresa no cuenta con la suficiente experiencia como para manejar un DDP y en todo caso sería muy riesgoso hacerlo pues lejos de lograr la entera satisfacción de nuestros clientes como sería de suponerse podríamos perderlos.

Sin embargo se considero un incoterm que puede brindar alguna ventaja al cliente y en nuestro caso el seguro es un elemento esencial, ya que, en Costa Rica este tipo de servicios es muy costoso; además tenemos la oportunidad de involucrarnos en el comercio internacional y obviamente en los procesos de exportación para poder llegar a ofrecer a nuestros clientes un DDP que resulte más competitivo que la oferta de otros competidores internacionales.

## 4.6 ENVASE Y EMBALAJE

### EMPAQUE

El propósito básico del empaque es proteger las características físicas del muebles de los daños a los que se expone durante su manejo, almacenamiento, transporte y distribución, por lo tanto, en términos generales se debe protegerlos de los golpes, de la fricción, la compresión debido a estibas inadecuadas, de las condiciones atmosféricas etc.

Las mesas serán empacadas individualmente y las sillas por pares, empotradas una sobre otra, indistintamente los muebles serán cubiertos por papel crepe y guata de celulosa con la finalidad de proteger la superficie, evitar el rayado y la abrasión; en las esquinas o partes donde halla roce se usaran piezas "corrupad".

Para proteger las patas, ya sea, de las mesas o las sillas se usaran tirantes de madera. Las cajas serán adheridas con pegamentos insolubles en agua o cintas engomadas.

## EMBALAJE

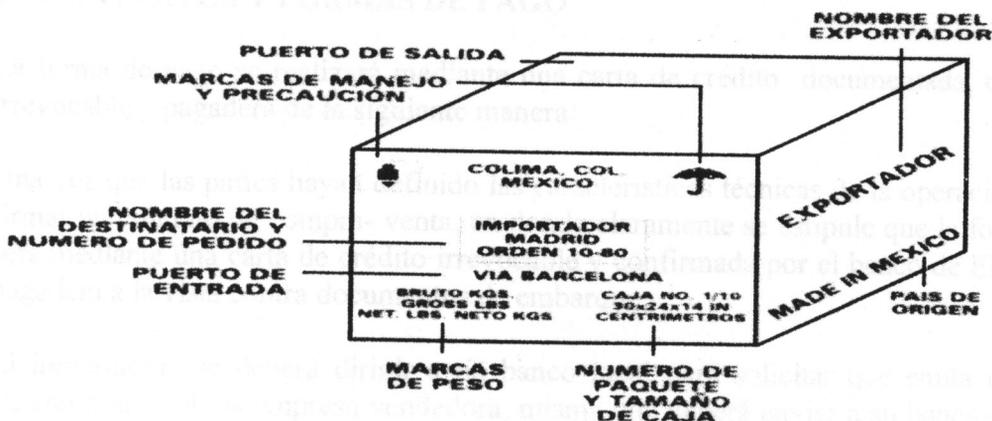
Es la técnica de agrupar los productos empacados para facilitar su manejo, el almacenamiento, transporte y distribución, sin dejar de funcionar, también, como protector de la mercancía.

Se usaran cajas de cartón de doble corrugado fabricadas con una película de parafina o polietileno, relleno de los huecos con burbuja o polipack.

Después de esto se usara una película plástica, ya que, unifica los empaques y la tarima de carga y además protege a la mercancía del polvo, la grasa, la contaminación y en cierta forma evita los robos por la evidencia notable en forma inmediata.

## MARCADO DEL EMBALAJE:

- Marca indicadora del numero de orden:** esta marca permite identificar cada uno de los paquetes o embalajes pertenecientes a un envío cubierto por un conocimiento de embarque con la misma marca principal.
- Marca del peso:** indica el peso bruto o el peso neto del embalaje, o ambos, en kilogramos. La marca indicadora de dimensiones señala el ancho, el largo y la altura o el volumen del embalaje.
- Marca del país de origen:** emblema del país de origen.



Se deben de utilizar también instrucciones para el cuidado en el manejo de los muebles tales como:



Por supuesto que no debe faltar en cualquier embalaje el emblema que ostenta que la mercancía que contiene fue hecha en México.



#### 4.7 CONTRATOS Y FORMAS DE PAGO

La forma de pago se realizará mediante una carta de crédito documentada, confirmada e irrevocable y pagadera de la siguiente manera:

Una vez que las partes hayan definido las características técnicas de la operación se deberá firmar un contrato de compra-venta, en donde claramente se estipule que la forma de pago será mediante una carta de crédito irrevocable y confirmada por el banco de El exportador, pagadera a la vista contra documentos de embarque.

El importador se deberá dirigir a un banco local para solicitar que emita una carta de crédito a favor de la empresa vendedora, misma que deberá enviar a su banco corresponsal dirigida al departamento de cartas de crédito.

Una vez recibida la carta de crédito en el banco notificador – confirmador, después de revisar que el texto de la misma se ajuste a la práctica internacional para manejo de carta de crédito, se entregara a El exportador.

Cuando El exportador reciba la carta de crédito y revise que los términos y condiciones ahí estipulados fueron los pactados por ambas partes, procederá a despachar la mercancía.

El exportador entregara al banco notificador – confirmador los documentos probatorios del envío de la mercancía solicitada en el texto de la carta de crédito.

Una vez que el banco notificador – confirmador, certifique que los documentos cumplen estricta y literalmente con los términos estipulados en la carta de crédito, procederá de la siguiente manera:

Solicitará los recursos correspondientes al banco emisor

Efectuara el pago a El exportador

Enviara al banco emisor los documentos solicitados en la carta de crédito para su posterior entrega al comprador y retiro de la aduana correspondiente.

Los gastos que se originen por la apertura y manejo de la carta de crédito serán pagados por El importador.

**NOTA: LA PROPUESTA DE CONTRATO SE PUEDE REVISAR EN LOS ANEXOS**

#### 4.7 PROGRAMA DE ACTIVIDADES A CORTO PLAZO

PROGRAMA DE ACTIVIDADES A CORTO PLAZO						
ACTIVIDAD	MESES					
	1	2	3	4	5	6
Adecuar el producto a las necesidades del mercado meta *						
Diseño de la pagina web		*	*			
Establecimiento de contratos con distribuidores		*	*	*		
Diseñar un plan promocional conjunto				*	*	
Consolidar una marca para nuestros muebles					*	*
Establecer un canal directo de comercialización					*	*

## CAPITULO V

### ASPECTOS FINANCIEROS

#### 5.1 RECURSOS Y/O INVERSIONES REQUERIDAS Y FORMAS DE FINANCIAMIENTO

En el "RINCON ARTESANAL" se decidió iniciar operaciones por medio de aportación de los socios, así que se empezara con una cantidad de \$ 200, 000 la cual se obtendrá mediante 100 acciones cuyo valor será de \$ 500 por cada uno de los 4 socios que conforman la empresa.

A continuación se presenta los estados financieros necesarios para mostrar el comportamiento de la empresa en su primer ciclo de vida, en este caso del primer año presentados en forma trimestral para que coincidan con el ciclo de venta de la empresa.

#### 5.2 ESTADOS FINANCIEROS PRO - FORMA

##### ESTADO DE RESULTADOS

Es el estado financiero que muestra la utilidad o pérdida neta, así como el camino para obtenerla en un ejercicio determinado, pasado, presente o futuro.

<b>" EL RINCÓN ARTESANAL S.A. DE C.V"</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2003</b>					
	<b>ENE - MAR</b>	<b>ABR - JUN</b>	<b>JUL - SEP</b>	<b>OCT - DIC</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>1ER. TRIMESTRE</b>	<b>2DO. TRIMESTRE</b>	<b>3ER. TRIMESTRE</b>	<b>4TO. TRIMESTRE</b>	<b>TOTAL</b>
Ventas de exportación	\$ 721, 200	\$ 721, 200	\$ 757, 260	\$ 757, 260	\$ 2, 956, 920
Costo de ventas	\$ 384, 000	\$ 384, 000	\$ 384, 000	\$ 384, 000	\$ 1, 536, 000
Utilidad Bruta	\$ 337, 200	\$ 337, 200	\$ 373, 260	\$ 373, 260	\$ 1, 420, 920
Gastos Generales (operación y exportación)	\$ 189, 975	\$ 190, 325	\$199, 092.5	\$ 199, 478.37	\$ 778, 870.87
Utilidad de la Operación	\$ 147, 225	\$ 146, 875	\$ 174, 167.5	\$ 173, 781.63	\$ 642, 049.13
Provisión ISR y PTU	\$ 64, 779	\$ 64, 625	\$ 76, 633.7	\$ 76, 463.91	\$ 282, 501.61
Utilidad Neta	\$ 82, 446	\$ 82, 250	\$ 97, 533.8	\$ 97, 317 .72	\$ 359, 547.52

## BALANCE GENERAL O ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Documento que como su nombre lo indica presenta o indica la situación financiera y la capacidad de pago de una empresa así como el activo, pasivo y capital contable.

### "EL RINCÓN ARTESANAL S.A. DE C.V."

#### BALANCE GENERAL DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2003

CONCEPTO	Al I-I-03	Al 31-III-03	Al 30-VI-03	Al 30-IX-03	Al 31- XII-03
<b>ACTIVO</b>					
<i>Circulante</i>					
Bancos	\$ 200,000	\$ 222,172.25	\$244,061	\$283,757.68	\$323,141.81
Almacén	\$ 0	\$0	\$0	\$0	\$0
Clientes	\$ 0	\$0	\$0	\$0	\$0
IVA acreditable	\$ 0	\$74,996.25	\$150,045	\$225,298.87	\$300,610.62
<b>Total circulante</b>	\$ 200,000	\$297,168.5	\$394,106	\$509,056.55	\$623,752.43
<i>Fijo</i>					
Mob. Y equip. De oficina.	\$ 18,000	18000	18000	18000	18000
Dep. acumulada	\$ 0	450 17550	900 17,100	1350 16650	1800 16,200
Equip. De computo	\$ 22,000	22000	22000	22000	22000
Dep Acumulada	\$ 0	1650 20350	3,300 18,700	4950 17050	6600 15,400
Equip. De transporte.	\$ 185,000	185000	185000	185000	185000
Dep. acumulada	\$ 0	11562.5 173437.5	23125 161875	34687.5 150312.5	46250 138,750
<b>Total fijo</b>	\$ 225, 000	\$ 211,337.5	\$197,675	\$184,012.5	\$170,350
<b>SUMA DE</b>	<b>\$ 425,000</b>	<b>\$ 508,506</b>	<b>\$591,781</b>	<b>\$693,069.5</b>	<b>\$794,102.43</b>
<b>ACTIVO</b>					
<b>PASIVO</b>					
Proveed. Div.	\$ 0	\$ 1,060	\$2,085	\$5,839.25	\$9,554.91
<b>Total pasivo</b>	\$ 0	\$ 1,060	\$2,085	\$5,839.25	\$9,554.91
<b>CAPITAL</b>					
Aportación de socios	\$ 425,000	\$ 425,000	\$425,000	\$425,000	\$425,000
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 82,446	\$164,696	\$262,229.8	\$359,547.52
<b>Total capital</b>	\$ 425,000	\$ 507,446	\$589,696	\$687,229.8	\$784,547.52
<b>SUMA DE PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>\$ 425,000</b>	<b>\$ 508,506</b>	<b>\$591,781</b>	<b>\$693,069.05</b>	<b>\$794,102.43</b>

## 5.3 DETERMINACION DEL FLUJO DE EFECTIVO

### CASH FLOW O FLUJO DE FONDOS

Estado financiero que nos muestra, el origen de los fondos que tendrá una empresa, así como las aplicaciones que se harán en dos o más periodos o ejercicios determinados, es decir, nos muestra el origen y la aplicación a largo plazo, de los fondos que tendrá una empresa.

<b>“ EL RINCÓN ARTESANAL S.A. DE C.V”</b>				
<b>FLUJO DE EFECTIVO DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2003</b>				
	<b>ENE - MAR</b>	<b>ABR - JUN</b>	<b>JUL - SEP</b>	<b>OCT- DIC</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>1ER. TRIMESTRE</b>	<b>2DO. TRIMESTRE</b>	<b>3ER. TRIMESTRE</b>	<b>4TO. TRIMESTRE</b>
Saldo Inicial en bancos	\$ 200, 000	\$ 222, 172.25	\$ 244, 061	\$ 283, 757.68
Anticipo por ventas de exportación	\$ 721, 200	\$ 721, 200	\$ 757, 260	\$ 757, 260
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 921, 200</b>	<b>\$ 943, 372.25</b>	<b>\$ 1, 001, 321</b>	<b>\$ 1, 041, 017.68</b>
<b>EGRESOS</b>				
Compras de exportación	\$ 384, 000	\$ 384, 000	\$ 384, 000	\$ 384, 000
Gastos Generales (operación y exportación)	\$ 189, 975	\$ 190, 325	\$ 199, 092.5	\$ 199, 478.37
ISR por pagar a SHCP	\$ 50, 056.5	\$ 49, 937.5	\$ 59, 216.95	\$ 59, 085.75
IVA pagado	\$ 74, 996.25	\$ 75, 048.75	\$ 75, 253.87	\$ 75, 311.75
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 699, 027.75</b>	<b>\$ 699, 311.25</b>	<b>\$ 717, 563.32</b>	<b>\$ 717, 875.87</b>
Diferencia en caja y bancos.	\$ 222, 172.25	\$ 244, 061	\$ 283, 757.68	\$ 323, 141.81

## 5.4 PRINCIPALES RAZONES FINANCIERAS

- Razón de apalancamiento

$$\frac{\text{Total pasivos}}{\text{Total activos}} = \frac{9,554.91}{794,102.43} = 0.01$$

Esta razón nos indica que por cada peso invertido, 0.01 pesos corresponden a proveedores y 0.99 pesos a aportaciones de la empresa.

- Razón de Liquidez

$$\frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}} = \frac{623,752.43}{9,554.91} = 65.28$$

Por cada peso que debe la empresa, se cuenta con un respaldo de 65.28 pesos para hacer frente a sus deudas a corto plazo.

- Razón Severa o Prueba de Ácido

$$\frac{\text{Activo circulante} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo circulante}} = \frac{623,752.43 - 0}{9,554.91} = 65.28$$

De esta razón se obtiene que se cuentan con 65.28 pesos de activos disponibles rápidamente, por cada peso de obligaciones a corto plazo.

- Razón del Índice de Rentabilidad

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital contable}} = \frac{359,547.52}{784,547.52} = 0.45$$

Por cada peso de inversión acumulada de los propietarios se obtienen 0.45 pesos de beneficio.

- Razón del Margen de Seguridad

$$\frac{\text{Capital de Trabajo}}{\text{Pasivo circulante}} = \frac{614,197.52}{9,554.91} = 64.28$$

Por cada peso de inversión en el activo circulante de los proveedores a corto plazo, los propietarios y proveedores a largo plazo invierten 64.28 pesos.

- Razón de Protección al Pasivo Total

$$\frac{\text{Capital contable}}{\text{Pasivo total}} = \frac{784,547.52}{9,554.91} = 82.10$$

Cada peso de los proveedores de la empresa queda garantizado con 82.10 pesos de los propietarios de la misma.

- Razón del Patrimonio Inmovilizado

$$\frac{\text{Activo fijo tangible}}{\text{Capital contable tangible}} = \frac{170,350}{784,547.52} = 0.22$$

Lo anterior nos indica que de cada peso del patrimonio de la empresa 0.22 pesos están inmovilizados en inversiones de activo fijo tangible.

- Razón de Protección al Capital Pagado

$$\frac{\text{Superávit}}{\text{Capital social pagado}} = \frac{359,547.52}{425,000} = 0.84$$

Se concluye que de cada peso que han aportado los propietarios, la empresa ha logrado aportar 0.84 pesos al capital pagado de los mismos.

- Razón de Rotación de la Planta

$$\frac{\text{Ventas netas}}{\text{Prom. De activos fijos tangibles}} = \frac{2,956,920}{197,675} = 14.95$$

14.95 veces se han obtenido ingresos equivalentes a la inversión en activos fijos tangibles en el año a que se refieren las ventas.

- Razón de protección al pasivo circulante

$$\frac{\text{Capital contable tangible}}{\text{Pasivo circulante}} = \frac{784,547.52}{9,554.91} = 82.10$$

Cada peso de los proveedores a corto plazo de la empresa esta garantizado con 82.10 pesos de los propietarios.

## GASTOS GENERALES

A continuación se muestra como se conformaron los gastos para la elaboración de los estados financieros.

<b>GASTOS DE EXPORTACION</b>	
EMPAQUE Y EMBALAJE	\$ 9,600
FLETE	\$ 53,000
SEGURO	\$ 33,000
DESPACHO ADUANAL	\$ 375
ETIQUETAS	\$ 3,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 98,975</b>

<b>GASTOS DE VENTA</b>				
	<b>1ER TRIMESTRE</b>	<b>2º TRIMESTRE</b>	<b>3ER. TRIMESTRE</b>	<b>4TO. TRIMESTRE</b>
LUZ	\$ 1,300	\$ 1,365	\$ 1,433.25	\$ 1,504.91
AGUA	\$ 500	\$ 525	\$ 551.25	\$ 578.81
TELEFONO	\$ 3,200	\$ 3,360	\$ 3,528	\$ 3,704.4
PAPELERIA	\$ 2,000	\$ 2,100	\$ 2,205	\$ 2,315.25
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7,000</b>	<b>\$ 7,350</b>	<b>\$ 7,717.5</b>	<b>\$ 8,103.37</b>

NOTA: Se considero un aumento en los gastos cada trimestre de un 5%.

<b>SUELDOS</b>		
	<b>1ER. Y 2º. TRIMESTRE</b>	<b>3ER. Y 4TO. SEMESTRE</b>
Gerente General	\$ 30,000	\$ 33,000
Gerente de Compras	\$ 22,000	\$ 24,200
Gerente de Ventas	\$ 22,000	\$ 24,200
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 74,000</b>	<b>\$ 81,400</b>

<b>HONORARIOS PROFESIONALES</b>		
	<b>1ER Y 2DO. TRIMESTRE</b>	<b>3ER. Y 4TO TRIMESTRE</b>
Despacho Contable	\$ 8,000	\$ 8,800
Agente Aduanal	\$ 2,000	\$ 2,200
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10,000</b>	<b>\$ 11,000</b>

NOTA: En las dos tablas anteriores las correspondientes a sueldos y honorarios profesionales se considero un aumento del 10% para el 3er y 4to trimestre.

## **FUENTES**

Banco Nacional de Comercio Exterior ( BANCOMEXT)  
[www.bancomext.com.mx](http://www.bancomext.com.mx)

Cámara Nacional de Comercio  
[www.canaco.go.mx](http://www.canaco.go.mx)

Banco Central de Costa Rica  
[www.bccr.go.cr](http://www.bccr.go.cr)

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX)  
[www.comex.go.cr](http://www.comex.go.cr)

Ministerio de Relaciones Exteriores de Costa Rica  
[www.rec.go.cr](http://www.rec.go.cr)

Promotora de Comercio exterior en Costa Rica (PROCOMER)  
[www.procomer.com](http://www.procomer.com)

Instituto Nacional de Estadística y Censos(INEC)  
[www.inec.go.cr](http://www.inec.go.cr)

Ministerio de Hacienda  
[www.impuestos.go.cr](http://www.impuestos.go.cr)

Ministerio de Economía, Industria y Comercio  
[www.meic.go.cr](http://www.meic.go.cr)

Dirección General de Aduanas de Costa Rica  
[www.dga.cr](http://www.dga.cr)

COMTRADE  
[www.comtrade.com](http://www.comtrade.com)

Market Place Costa Rica  
[www.marketplace.cr](http://www.marketplace.cr)

Cámara Costarricense Forestal  
[www.camaraforestal.cr](http://www.camaraforestal.cr)

Secretaría de integración Económica Centroamericana (SIECA)  
[www.sieca.com](http://www.sieca.com)

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico  
[www.ocde.org](http://www.ocde.org)

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información  
[www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)

Tradeport  
[www.tradeport.org](http://www.tradeport.org)

## **BIBLIOGRAFIA**

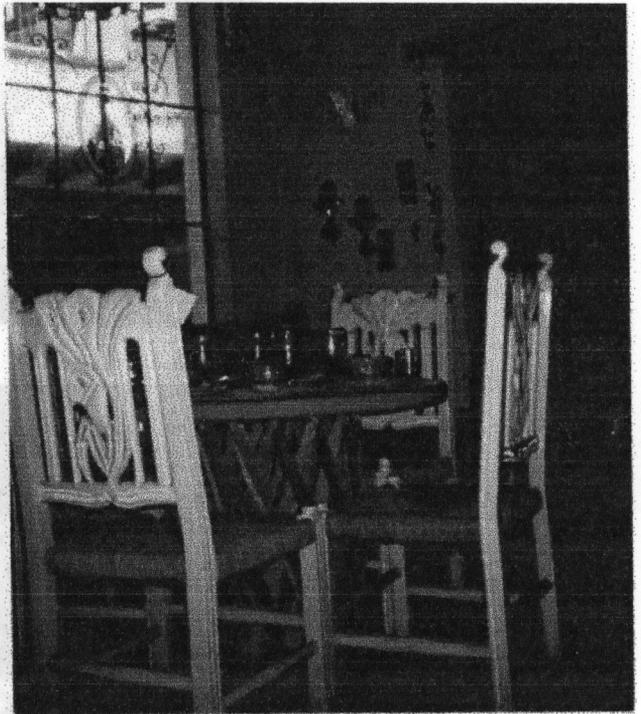
- Morales Troncoso Carlos, “Plan de exportación”, Ed. Pearson Educación, México 2000
- Guía Práctica para la Elaboración de un Contrato de Compra Venta Internacional de Mercaderías, BANCOMEXT, ABRIL 2000.
- Guía de Exportación Sectorial, “Muebles y sus partes”, BANCOMEXT, México 2000.
- William J. Stanton, “Fundamentos de Marketing”, Mc. Graw Hill, México 2000.

Galería fotográfica  
Muebles de madera

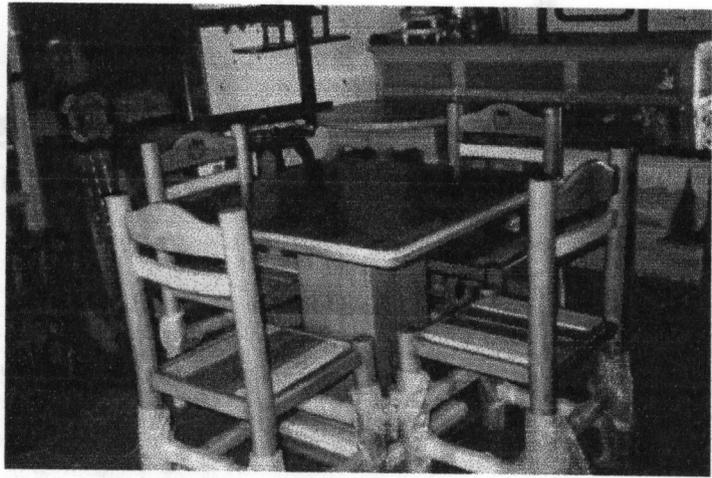
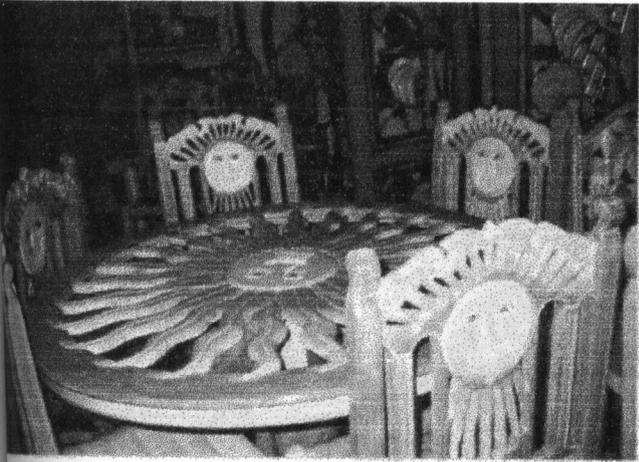
# ANEXOS

# Galería fotográfica

## Muebles de madera



THE SUNSHINE CHAIRS



# SOLICITUD DE DEVOLUCIONES

ANTES DE INICIAR EL LLENADO,  
LEA LAS INSTRUCCIONES DEL REVERSO

ADMINISTRACION ESPECIAL DE RECAUDACION

ADMINISTRACION LOCAL DE RECAUDACION

PRESENTA DISPOSITIVO MAGNETICO

Morelia, Mich

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

32

CIF

## DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE

RAZON SOCIAL (NOMBRE PATRONO, MATERNO Y APELLIDO, O LA DENOMINACION O RAZON SOCIAL)

EL RINCON ARTESANAL

DENOMINACION FISCAL

SIERRA DE TALA

CALLE

LOMAS DEL TECNOLOGICO

MUNICIPIO O LOCALIDAD (EN SU CASO)

58117

CURP (EN SU CASO)

MORELIA

ESTADO FEDERATIVO

MICHOACAN

CIRCUITO DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAMENTE

## INFORMACION DE LA CUENTA BANCARIA PARA EL DEPOSITO DE LA DEVOLUCION

DECLARO BASTANTE DE DECIR VERDAD QUE ES DUEÑO DEL CONTRIBUYENTE Y AUTORIZO LA DEVOLUCION DE IMPUESTOS A QUE SE TIENE DERECHO, QUE PASARÁ LOS EFECTOS DEL PAGADO (PROMESA) DEL ARTÍCULO 20 DEL CÓDIGO FISCAL DE LA FEDERACION EN SU REALIZACION EN:

NOMBRE DEL BANCO

CUENTA

NÚMERO DE CUENTA

179577129258051758 0315

## TIPO DE CONTRIBUCION QUE SOLICITA

1. AJER

V. 2. COMPLEMENTARIA (Límite producción agrícola y/o ganadería)

A. 3. CON DECLARACION DE CONTADOR FISCAL REGISTRADO

B. 4. COMPLEMENTARIA (Límite producción agrícola y/o ganadería)

1. 2. AJER

X. 5. COMPLEMENTARIA

P. 6. AJER

S. 7. AJER

8. AJER

10. SALDO A FAVOR

11. SALDO A FAVOR DE EJERCICIOS ANTERIORES (Límite producción agrícola y/o ganadería)

12. COMPLEMENTARIA (Límite producción agrícola y/o ganadería)

## INFORMACION ESPECIFICA DEL TRAMITE

1. SALDO A FAVOR MANIFESTADO EN DECLARACION

NORMAL

COMPLEMENTARIA

2. PERÍODO DE PERJUICIO FISCAL DEL SALDO A FAVOR

01 03 12 03

3. EN CASO DE SOLICITAR SOBRE UNA DECLARACION COMPLEMENTARIA (LÍMITE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y/O GANADERÍA)

4. FECHA DE PRESENTACION DE LA DECLARACION NORMAL

5. IMPORTE DEL SALDO A FAVOR MANIFESTADO DE LA DECLARACION DEL PERJUICIO

310304

300611

6. IMPORTE DEL REMANENTE DE COMPENSACION (EN ANTERIOR (EN))

7. IMPORTE POR EL QUE SOLICITA DEVOLUCION

200611

## ORIGEN DEL SALDO A FAVOR

1. PAU (LÍMITE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y/O GANADERÍA) (EN SU CASO)

2. PAU (LÍMITE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y/O GANADERÍA) (EN SU CASO)

3. PAU (LÍMITE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y/O GANADERÍA) (EN SU CASO)

4. LIBERACION DE CREDITO (LÍMITE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y/O GANADERÍA)

5. DECLARACION (EN SU CASO)

6. POR EMENDACIONES DE LA DECLARACION (EN SU CASO)

7. OTROS (ESPECIFICAR) Exportación de bienes tasa 0% X

8. INTERES Jiménez

9. INTERES López

10. NOMBRE(S) Erandy Yuritz

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

J I L E T 9 1 2 0 8

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE (AUTENTICANTE LEGAL)

## CERTIFICACION ( PARA USO EXCLUSIVO DE LA AUTORIDAD )

CÓDIGO DE REPRESENTANTE LEGAL

**INSTRUCCIONES GENERALES**

1. ESTA SOLICITUD DEBE LLENARSE A MÁQUINA O CON LETRA DE MOJDE, EXCLUSIVAMENTE A TINTA NEGRA CON BOLÍGRAFO Y LAS CIFRAS NO DEBERÁN INGRESAR LOS LÍMITES DE LOS RECUADROS.

EN CASO DE QUE ESTA SEA LLENADA A MANO, UTILICE NÚMEROS Y LETRAS MAYÚSCULAS COMO LAS SIGUIENTES:

D	1	2	3	4	5	6	7	8	9				
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	

Cuando se llene a máquina se podrá escribir de corrido.

2. EL CONTRIBUYENTE DEBERÁ ANOTAR SU APELLIDO (PATERNO, MATERNO Y NOMBRAS) Y SU DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL Y LA CLAVE DE REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES A DOBLE O TRES O POSICIONES SEGÚN CORRESPONDA.

3. PARA EFECTUAR EL LLENADO EN PESOS, EL MONTO SE REDONDEARÁ PARA QUITAR LAS CIFRAS DE 1 A 99 CENTAVOS SE AJUSTAN A LA UNIDAD DEL PESO INMEDIATA ANTERIOR Y LAS CIFRAS DE 01 A 99 CENTAVOS SE AJUSTAN A LA UNIDAD DEL PESO INMEDIATA SUPERIOR. EJEMPLO:  
 1) 199.99 = 199  
 2) 100.01 = 101

4. ESTA FORMA SE PRESENTARÁ EN LA VENTANA RESPECTIVA, UBICADA EN LOS MÓDULOS DE ATENCIÓN FISCAL DE LA ADMINISTRACIÓN LOCAL DE REGISTRO CORRESPONDIENTE AL DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE O EN SU CASO, EN LA ADMINISTRACIÓN ESPECIAL DE REGISTRO FISCAL.

5. PARA SOLICITAR LA DEVOLUCIÓN SE DEBERÁ ANOTAR EL NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN BANCARIA, CLAVE, NO. DE CUENTA Y CUENTA BANCARIA, EN LA QUE SE DEPOSITARÁ EL IMPORTE DE LA DEVOLUCIÓN.

6. SE PRESENTARÁ UNA FORMA DE SOLICITUD DE DEVOLUCIÓN POR CADA:

\* EJERCICIO O PERÍODO A DEVOLVER

\* TIPO DE CONTRIBUCIÓN

\* PARA LA A RECUPERAR PAGADO EN EJERCICIOS ANTERIORES SE PODRÁ REALIZAR EL TRAMITE UTILIZANDO UNA SOLA FORMA, INDEPENDIEMENTE DE LOS EJERCICIOS QUE SOLICITE.

7. LAS PERSONAS MORALES Y FÍSICAS SEGÚN CORRESPONDA, QUE PRESENTEN UNA PROMOCIÓN POR PRIMERA VEZ, DEBERÁN ANEXAR ADEMÁS DE LA DOCUMENTACIÓN REQUERIDA PARA CADA TIPO DE SOLICITUD DE DEVOLUCIÓN, ORIGINAL Y DOS COPIAS FOTOSTÁTICAS DEL TESTIMONIO DEL ACTA CONSTITUTIVA Y PODER NOTARIAL QUE ACREDITE LA PERSONALIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL QUE PROMUEVE EN SU CASO.

8. CUANDO SE DESIGNE OTRO REPRESENTANTE LEGAL, DEBERÁ ANEXAR ORIGINAL Y DOS COPIAS FOTOSTÁTICAS DEL PODER NOTARIAL QUE ACREDITE SU NOMBRAMIENTO.

**INSTRUCCIONES ESPECÍFICAS**

A) EN CASO DE QUE SOLICITE DEVOLUCIÓN DE LA A RECUPERAR DE EJERCICIOS ANTERIORES:

1) EN LOS RECUADROS 1, 2, 3, 4 Y 5 DEL RECUADRO 4, SE ANOTARÁ LA INFORMACIÓN RELATIVA A LA DECLARACIÓN EN LA CUAL EL I.S.R. DEL EJERCICIO ES MAYOR AL DE LA ÚLTIMA DECLARACIÓN.

2) EN EL RECUADRO 4 DEL RECUADRO 4 IMPORTE DEL REMANENTE DE COMPENSACIÓN (ES) ANTERIOR (ES); SE ANOTARÁ EL IMPORTE DEL REMANENTE DEL SALDO A FAVOR DE LA ÚLTIMA COMPENSACIÓN ACTUALIZADO A LA FECHA DE LA MISMA.

3) EN EL RECUADRO 4 DEL RECUADRO 4, SE ANOTARÁ LA CANTIDAD QUE SOLICITA EN DEVOLUCIÓN.

4) EN EL RECUADRO 5 DEL RECUADRO 5, CUANDO LA BASE DECLARADA EN EXCESO SEA CONSECUENCIA DE DISOLUCIONES QUE PUEDEN PRESENTARSE MÁS DE UNA VEZ EN LA DECLARACIÓN NORMAL, NO SE ANOTARÁ ESTE RECUADRO, YA QUE DEBE SEÑALAR DONDE EL REVENIDA DE ESTE MISMO RECUADRO.

**DOCUMENTACIÓN QUE DEBE ACOMPAÑAR A LA FORMA FISCAL**

( ORIGINAL Y DOS COPIAS )

TIPO DE CONTRIBUCIÓN QUE SOLICITA

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. DECLARACIÓN CON SELLO ORIGINAL O COMPROBANTE DE PAGO ELECTRÓNICO DONDE MANIFIESTE EL SALDO A FAVOR QUE SOLICITA, EN CASO DE SER COMPLEMENTARIA, ADEMÁS, DECLARACIÓN (ES) NORMAL Y COMPLEMENTARIA (S) ANTERIOR (ES) EN SU CASO.	X	X		X	X	X		X	X	X		X
2. SI ES DEVOLUCIÓN DEL EJERCICIO, PAGOS PROPORCIONALES NORMALES Y COMPLEMENTARIOS EN SU CASO O COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICO CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO POR EL QUE SOLICITA.	X	X		X	X	X		X	X	X		X
3. DECLARACIÓN (ES) CON SELLO ORIGINAL O COMPROBANTE DE PAGO ELECTRÓNICO DONDE SE DERIVA EL LA A RECUPERAR, EN CASO DE SER COMPLEMENTARIA, ADEMÁS, DECLARACIÓN (ES) NORMAL Y COMPLEMENTARIA (S) ANTERIOR (ES) EN SU CASO.												X
4. DECLARACIÓN CON SELLO ORIGINAL DONDE MANIFIESTA EL I.S.R. DEL EJERCICIO, CUYO IMPORTE ES MAYOR AL DE CORRESPONDIENTE AL MISMO EJERCICIO.												X
5. EN CASO DE HABER SOLICITADO CON ANTERIORIDAD, PARTE DEL LA A RECUPERAR, DEBERÁ ANEXAR FOTOCOPIA DE LA RESOLUCIÓN.												X
6. PAPELES DE TRABAJO DONDE SE MUESTRE EL ORIGEN DEL IMPORTE QUE SOLICITA EN DEVOLUCIÓN NO MANIFESTACIÓN ESCRITA EN LA QUE EXPLIQUE CLARAMENTE LA MOTIVACIÓN DE SU SOLICITUD.					X	X	X	X				X
7. DECLARATORIA DE CONTADOR PÚBLICO REGISTRADO EN LOS TÉRMINOS DEL ART. 15-A DEL REGLAMENTO DE LA LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.	X		X									
8. COMPROBANTE DEL IMPUESTO ACREDITABLE, CONSTANCIAS DE RETENCIONES, COMPROBANTES DE PAGO CON SELLO ORIGINAL Y FIRMA AUTOGRÁFA, ESTADOS DE CUENTA BANCARIOS, ETC.										X		X
9. SOLO EN CASO DE LIBERACIÓN DE CRÉDITOS, LA RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA O JUDICIAL.	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X
10. PARA EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS, RELACIÓN DE OPERACIONES DE EXPORTACIÓN.				X								
11. CONSTANCIA DE SECTOR QUE ACREDITA SU REGISTRO COMO EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS.	X		X	X								
12. ANEXO 1 DETERMINACIÓN DEL SALDO A FAVOR DEL IVA, Y RELACIÓN DE PROVEEDORES, PRESTADORES DE SERVICIOS Y ARRENDADORES.	X	X										
13. ANEXO 2 RELACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR.	X	X										
14. ANEXO 3 RELACIÓN DEL IMPUESTO AL ACTIVO PRODUcido EN EJERCICIOS ANTERIORES.												X
15. DISPOSITIVO MAGNÉTICO.	X	X	X									
16. FACTURAS ORIGINALES.							X					

**RESOLUCIÓN ( PARA USO EXCLUSIVO DE LA AUTORIDAD )**

EL REPRESENTANTE LEGAL DE ACUERDO A LOS DATOS ANOTADOS POR EL CONTRIBUYENTE SIN PREJUDICAR SU VERACIDAD, Y DEPENDIENDO DEL SALVO LAS FACULTADES DE REVISIÓN DE ESTA SECRETARÍA.

NOMBRE Y FIRMA DEL FUNCIONARIO AUTORIZADO

**TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
Y LA REPUBLICA DE COSTA RICA  
CERTIFICADO DE ORIGEN**  
(Instrucciones al Reverso)

Llenar a máquina o con letra de molde. Este documento no será válido si presenta alguna raspadura, tachadura o enmendadura.

1. Nombre y Domicilio del Exportador  Número de Registro Fiscal:		2. Periodo que cubre  Día Mes Año                      Día Mes Año De                                      A		
3. Nombre y Domicilio del Productor  Número de Registro Fiscal:		4. Nombre y Domicilio del Importador  Número de Registro Fiscal:		
5. Descripción del (los) bien(es):	6. Clasificación Arancelaria	7. Criterio para trato preferencial	8. Método Utilizado (VCR)	9. Otras instancias
<p>10. Declaro bajo protesta de decir verdad que:</p> <p>-La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha o relacionada con el presente documento.</p> <p>-Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes haya entregado el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo.</p> <p>-Los bienes son originarios y cumplen con los requisitos que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio entre Los Estados Unidos Mexicanos y la Republica de Costa Rica, y no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 5-17.</p> <p>Este certificado se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.</p>				
Firma Autorizada		Empresa		
Nombre:		Cargo:		
Día Mes Año		Teléfono		Fax
Fecha				

## PROPUESTA DE CONTRATO DE COMPRA-VENTA

### DECLARACIONES.

#### DECLARA "EL EXPORTADOR"

- I. Que es una sociedad anónima de capital variable de nacionalidad mexicana legalmente constituida de conformidad con las leyes de la República Mexicana, según consta en la escritura pública número \_\_\_\_\_, pasada ante la fe del notario público número \_\_\_\_\_. Licenciado \_\_\_\_\_ de la ciudad de Morelia, Michoacán, México, con fecha \_\_\_\_\_.
- II. Que se dedica a las actividades de comercialización y exportación de muebles de madera decorados.
- 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 Lic. \_\_\_\_\_ es el legítimo representante y en consecuencia, se encuentra debidamente facultado para suscribir el presente contrato y obligar a su representada en los términos del mismo.
- V. Que tiene su domicilio en Sierra de Tala 178. Col. Lomas del Tecnológico, Morelia, Mich. mismo que se señala para todos los efectos legales a los que haya lugar.

#### DECLARA "EL IMPORTADOR"

- I. Que es una empresa legalmente constituida de acuerdo a las leyes vigentes en San José, Costa Rica y que se dedica entre otras actividades a la importación y comercialización de muebles para el hogar.
- II. Que conoce las características y especificaciones de los muebles de madera mexicanos objeto de este contrato, y que se ha formado un criterio respecto a sus características y cualidades, así como a su comercialización.
- III. Que el Sr. \_\_\_\_\_ es su legítimo representante y tiene las facultades suficientes para suscribir el presente contrato, y que a la fecha no le han sido revocadas o modificadas en forma alguna y puede obligar a su representada en los términos del mismo.
- IV. Que tiene su domicilio en \_\_\_\_\_, mismo que señala para todos los efectos legales a los que haya lugar.
- V. Que conoce la normatividad comercial, así como los trámites y procedimientos necesarios para la importación del producto objeto de este contrato.
- VI. Que cuenta con los registros y autorizaciones correspondientes de las autoridades competentes de su país para importar los productos a los que se refiere este contrato.

## DEFINICIONES E INTERPRETACIONES

Los términos y los documentos que se mencionan en este contrato, serán entendidos y aplicados como se mencionan a continuación:

- I. Contrato: significa el acuerdo firmado entre las dos partes para la compra-venta y comercialización de muebles de madera (comedores) , tal y como se detallara en el mismo. Cualquier alteración o modificación del presente contrato; deberá ser previamente acordada por ambas partes y se establecerá por medio de un escrito. Todas las especificaciones del producto y las condiciones de los embarques y de los documentos necesarios para tal motivo, serán entendidos como en este contrato se mencionen.
- II. Producto: significa los muebles de madera decorados (comedores) tal y como se especifica en este contrato
- III. Inspector: es la persona designada y autorizada por el importador para que en su nombre y representación inspeccione los productos.
- IV. Método de pago: se entenderá como se describe en la cláusula correspondiente.
- V. Precio de garantía: es el precio mínimo que debe pagar el importador por cada uno de los embarques que solicite tal y como se detalla en este contrato.
- VI. Incoterms: El incoterm que se utilizara en esta negociación será CIF

## CLAUSULAS.

**PRIMERA.- PRODUCTO Y ESPECIFICACIONES:** Por medio del presente contrato "El exportador" se obliga a vender a "El importador" y este esta obligado a comprarle al primero Muebles de madera decorados (comedores), producido en Patzcúaro, Mich. México etc..... Y mientras este contrato sea válido también "El importador" estará obligado a comprar muebles de madera patinados.

**SEGUNDA.-PRECIO.-** El precio del producto objeto de este contrato que "El importador" se compromete a pagar sera de 1,502.25 dólares por cada pieza.

El término de venta convenido es del CIF, para los efectos de este convenio y con el objeto de establecer las responsabilidades, riesgos y gastos de las partes, en relación con la entrega de los productos, las mismas se aceptan y reconocen con este término de venta convenido.

"El Importador" deberá pagar a "El Exportador" la totalidad de la cantidad convenida en el embarque.

Ambas partes se comprometen a renegociar el precio antes pactado, cuando este sea afectado por variaciones en el mercado internacional, o por condiciones económicas, políticas o sociales extremas en el país de origen o de destino, en perjuicio de cualquiera de las partes.

## TERCERA.-FORMA DE PAGO

1.-"El Importador" se obliga a pagar a "El Exportador" el precio pactado en la cláusula anterior, mediante carta de crédito documentaria, confirmada e irrevocable y pagadera, de la siguiente manera:

2.- Una vez que las partes hayan definido las características técnicas de la operación (producto, calidad, Incoterms, precio, calibre etc.) se deberá firmar un contrato de compraventa, en donde claramente se estipule que la forma de pago será mediante una carta de crédito irrevocable y confirmada por el banco de "El Exportador" pagadera a la vista contra documentos de embarque.

3.- "El Importador" se deberá dirigir a un banco local (banco emisor, San José) para solicitar que emita una carta de crédito a favor de la empresa vendedora- exportadora (beneficiario), misma que deberá enviar a su banco corresponsal (banco notificador-confirmador, Morelia) dirigida al departamento de cartas de crédito.

4.- Una vez recibida la carta de crédito en el banco notificador – confirmador, después de revisar que el texto de la misma se ajuste a la práctica internacional para manejo de carta de crédito, se entregará a "El Exportador".

5.- Cuando "El Exportador" reciba la carta de crédito y revise que los términos y condiciones ahí estipulados fueron los pactados por ambas partes, procederá a despachar las mercancías.

6.- "El Exportador" entregará al banco notificador – confirmador los documentos probatorios del envío de la mercancía solicitada en el texto de la carta de crédito.

7.- Una vez que el banco notificador – confirmador, certifique que los documentos cumplen estricta y literalmente con los términos estipulados en la carta de crédito, procederá de la siguiente manera:

- Solicitara los recursos correspondientes al banco emisor.
- Efectuara el pago a " El EXPORTADOR"
- Enviara al banco emisor los documentos solicitados en la carta de crédito para su posterior entrega al comprador y retiro de la aduana correspondiente.

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

Todos los pagos que deberán efectuarse se harán en dólares de los Estados Unidos de América.

#### CUARTA.-EMPAQUE Y EMBALAJE DEL PRODUCTO: "EI EXPORTADOR"

QUINTA.- EMBARQUES DEL PRODUCTO: Las partes convienen en que para proceder al embarque de cada remesa del producto conforme al programa de entregas previamente establecido, se deberá confirmar mediante fax las cantidades del producto que se embarco.

**SEXTA.-ENTREGA Y CONFORMIDAD DEL PRODUCTO:** "El Exportador" deberá de entregar los productos dentro de un plazo no mayor a 20 días, contados a partir que reciba la orden de pedido del importador.

"El Importador" está obligado a tomar posesión del producto, tan pronto como sea puesto a su disposición y este asumirá todos los riesgos de pérdida o daño del producto desde el momento que haya sido puesto a su disposición.

"El Importador" tendrá 24 horas contadas a partir de que reciba el producto, para examinar el estado que guarda, y en caso de que detecte alguna irregularidad deberá notificar de inmediato a "El Exportador" ya que en caso de no hacerlo en ese periodo de tiempo perderá su derecho a reclamar.

Para el caso de que los muebles lleguen en malas condiciones y una vez que "El Importador" notifique a "El Exportador" o a la persona que este último designe sobre las condiciones de transporte. Las partes podrán nombrar a un perito cada una para que en forma conjunta se determine la magnitud de los daños del producto y podrá nombrarse hasta un tercer perito para que este resuelva en definitiva sobre las divergencias planteadas por los peritos de las partes.

**OCTAVA.-CASO FORTUITO O DE FUERZA MAYOR:** No se exigirá a ninguna de las partes del presente convenio que desempeñe sus obligaciones o que sea responsable del incumplimiento de las mismas, según estipulado en el presente contrato, durante ningún periodo durante el cual dicho incumplimiento sea causado por:

- 1.- Huelga, paralización laboral, escasez de mano de obra, imposibilidad de obtener mano de obra
  - 2.- Dificultades para obtener unidades de transporte
  - 3.- Guerras, hostilidades o emergencia nacionales;
  - 4.- Hechos de la naturaleza como terremotos, inundaciones, huracanes, incendios etc.
- O cualquier otra causa fuera de control de la parte incapacitada para cumplir con sus funciones.

La parte que no pueda cumplir con sus obligaciones por alguna de estas causas notificara de inmediato a la otra parte y reanudará su actividad tan pronto como sea posible.

**NOVENA.-VIGENCIA DEL CONTRATO:** Ambas partes convienen en que la vigencia del presente contrato, será por la temporada comprendida del mes de enero del 2003 a enero del 2004.

**DÉCIMA.-RESCISION POR INCUMPLIMIENTO:** Ambas partes podrán rescindir de este contrato en el caso de que alguna 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 que proceda a reparar el incumplimiento de que se trate.

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

**DÉCIMA PRIMERA.- INSOLVENCIA:** Ambas partes podrán dar por terminado el presente contrato, en forma anticipada y sin necesidad de declaración judicial previa, en caso de que una de ellas fuera declarado en quiebra, suspensión de pagos, concurso de acreedores, o cualquier otro tipo de insolvencia.

**DÉCIMO SEGUNDA.- SUBSISTENCIA DE LAS OBLIGACIONES:** La rescisión o terminación de este contrato no afectara 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, deberán diferirse a fecha posterior. En consecuencia, las partes podrán exigir aun con posterioridad a la rescisión o terminación del contrato el incumplimiento de estas obligaciones.

**DECIMOTERCERA- CESION DE DERECHO Y OBLIGACIONES:** Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivadas de este contrato.

**DECIMOCUARTA- LIMITE 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 suspender los derechos y obligaciones establecidos en este contrato los cuales podrán reanudar de común acuerdo en el momento en que se desaparezca el motivo de la suspensión, siempre y cuando se trate de los casos previstos de esta cláusula.

**DÉCIMO QUINTA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:** En todo lo convenido y en todo lo que no se encuentre expresamente previsto en este contrato se regirá por las Leyes vigentes en la República Mexicana, particularmente en lo dispuesto en la Convención de Naciones Unidas sobre los contratos de compra-venta internacional de mercancías y en su defecto por los usos y prácticas comerciales reconocidos por estas.

**DECIMOSEXTA- 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 Interamericana de Arbitraje Comercial (CIAC).

**DÉCIMOSÉPTIMA.- MISCELÁNEOS:** Cada una de las partes, será la única responsable de la contratación, supervisión, revisión, pago de honorarios o salarios y de las demás condiciones de trabajo, en general, de sus propios empleados, agentes o trabajadores y por lo mismo, ninguna parte será responsable de las lesiones o daños a otra persona, causados por la otra parte, sus trabajadores, agentes o empleados y cada parte deberá indemnizar y eximir de cualquier reclamo de la otra parte.

NORMAS OFICIALES MEXICANAS

**DÉCIMOCTAVA.- ENCABEZADOS:** Los encabezados incluidos en este contrato son para referencia, y no tendrán ningún efecto legal.

Enteradas las partes del contenido y el alcance legal de este contrato, y no existiendo vicio alguno del consentimiento que pudiera invalidarlo, lo ratifican y firman a través de sus representantes legales, a los \_\_\_\_\_-días del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

EL EXPORTADOR

EL IMPORTADOR

SR. \_\_\_\_\_  
REPRESENTANTE LEGAL

SR. \_\_\_\_\_  
REPRESENTANTE LEGAL.

# NORMAS OFICIALES MEXICANAS

**NORMA Oficial Mexicana NOM-001-RECNAT-1995, Que establece las características que deben de tener los medios de marqueo de la madera en rollo, así como los lineamientos para su uso y control.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca.

LUIS CARABIAS LILLO, Secretaria de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, con fundamento en los artículos 32 Bis fracciones I, II, III, IV y V de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 20 de la Ley Forestal; 24, 25, 26, 27 y 28 de su Reglamento; 38 fracción II, 40 fracción X, 41, 42, 43, 46, 47, 52, 62, 63 y 64 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, y

## CONSIDERANDO

Que en cumplimiento a lo dispuesto en la fracción I del artículo 47 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, el 12 de julio de 1994, se publicó en el Diario Oficial de la Federación con carácter de Proyecto la presente Norma, a fin de que los interesados en un plazo de 90 días naturales presentaran sus comentarios al Comité Consultivo Nacional de Normalización para la Protección, Fomento y Aprovechamiento de los Recursos Forestales y de Flora y Fauna Silvestre, de la entonces Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos.

Que durante el plazo a que se refiere el considerando anterior, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 45 del Reglamento legal citado en el párrafo anterior, estuvieron a disposición del público los documentos a que se refiere dicho precepto legal.

Que de acuerdo con lo que disponen las fracciones II y III del artículo 47 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, los comentarios presentados por los interesados fueron analizados en el seno del citado Comité, mandándose en cuenta aquellos que resultaron procedentes. Las respuestas a los comentarios que fueron recibidos en el plazo de ley fueron publicadas en el Diario Oficial de la Federación del 27 de enero de 1995.

Que habiéndose cumplido el procedimiento establecido en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización para la elaboración de normas oficiales mexicanas, el Comité Consultivo Nacional de Normalización para la Protección, Fomento y Aprovechamiento de los Recursos Forestales y de Flora y Fauna Silvestre, en reunión celebrada el 27 de octubre de 1994, aprobó la Norma Oficial Mexicana NOM-001-SARH-1994, ahora NOM-001-RECNAT-1995 que establece las características que deben de tener los medios de marqueo de la madera en rollo, así como los lineamientos para su uso y control; por lo que he tenido a bien expedir la siguiente:

## 0.INTRODUCCION

**0.1.** Que el artículo 20 de la Ley Forestal señala que la madera en rollo únicamente requerirá estar marcada con un marcador autorizado por la Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, en los términos que fije el Reglamento de la Ley Forestal y las normas oficiales mexicanas que al efecto se expidan, mismas que precisarán las características, así como las bases y lineamientos para el uso y control de los marcadores.

**0.2** Que el artículo 25 del Reglamento de la Ley Forestal establece que, la madera en rollo, para su transporte o almacenamiento desde el lugar de aprovechamiento, únicamente requerirá de una marca, cuya clave asignará la Delegación Federal de esta Secretaría en la entidad correspondiente. Tratándose de madera en rollo procedente de aprovechamientos de recursos forestales maderables que no requieran la autorización de un programa de manejo, así como de centros de almacenamiento o transformación que reciban madera en rollo de más de 480 centímetros de longitud, y que requieran seccionarla para su almacenamiento o posterior traslado, deberá solicitarse autorización a la Secretaría para el uso de marcadores. En este caso, se otorgarán claves a los predios o a los centros de almacenamiento o transformación correspondientes, en los términos de este artículo.

**0.3** Que el artículo 26 del citado Reglamento indica que la madera en rollo se marcará invariablemente en ambos extremos con marcadores autorizados por la Secretaría, en el área de corta del predio en el que se realice el aprovechamiento forestal y, en su caso, en el centro de almacenamiento o transformación en que se realice el seccionado. Las características de los marcadores, así como las bases y lineamientos para su uso y control, serán determinados en las normas oficiales mexicanas que expida la Secretaría.

**0.4** Que de acuerdo a los preceptos legales antes invocados, así como de conformidad con los estudios que realizó la Dirección General Forestal de esta Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, se estima que existe la necesidad de expedir una Norma Oficial Mexicana que regule las características que deben tener los medios de marqueo de la madera en rollo, así como establecer los lineamientos para su uso y control.

## **1. OBJETIVO Y CAMPO DE APLICACIÓN**

**1.1.** La presente Norma establece las características que deben tener los medios de marqueo para la madera en rollo, así como los lineamientos para su uso y control y es aplicable a los responsables del aprovechamiento de productos forestales maderables.

## **2. REFERENCIAS**

**2.1** Esta Norma Oficial Mexicana se complementa con la Norma Oficial Mexicana NOM-008-SCF1-1993, Sistema General de Unidades de Medidas, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de octubre de 1993.

## **3. DEFINICIONES**

Para los efectos de esta Norma se entiende por:

**3.1.** Centro de almacenamiento: lugar con ubicación permanente y definida, donde se depositan temporalmente materias primas forestales, para su posterior traslado o transformación.

**3.2.** Centro de transformación: instalación industrial o artesanal, fija o móvil, donde por procesos físico-mecánicos o químicos se elaboran productos derivados de materias primas forestales.

**3.3.** Madera en rollo: materia prima forestal consistente en troncos de árboles derribados o seccionados, con un diámetro mayor a 20 centímetros en cualquiera de sus extremos, sin incluir la corteza, y una longitud superior a 240 centímetros.

**3.4.** Secretaría: la Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca.

## **CARACTERÍSTICAS QUE DEBEN TENER LOS MEDIOS DE MARQUEO DE LA MADERA EN ROLLO, ASÍ COMO LOS LINEAMIENTOS PARA SU USO Y CONTROL**

**1.** El marqueo de la madera en rollo, para su transporte y almacenamiento, debe realizarse con un marcador cuya clave asigne la Delegación Federal de esta Secretaría en la entidad correspondiente

**2.** Para el marqueo de la madera en rollo se autorizan los siguientes medios:

**2.1.** Martillo marcador.

**2.1.1.** Los martillos deben tener las siguientes características:

En la parte superior irá la clave de la Delegación Federal correspondiente, en el centro la correspondiente al predio sobre el que existe la autorización de aprovechamiento forestal, forestación o reforestación, o bien, en su caso la del

centro de almacenamiento o transformación respectivo, y en la parte inferior, la correspondiente al municipio donde se ubica el predio, centro de almacenamiento o transformación. Las letras y números deben ser de forma rectangular, de 15 mm de alto, 10 mm de ancho y 2 mm de grosor, e irán resaltados de 3 a 5 mm de la superficie del martillo.

**4.2.1.2.** Al realizarse el marqueo, en el martillo debe aplicarse tinta para sellos de goma o crayón graso, con el fin de hacer más visible la marca y facilitar su localización.

#### **4.2.2. Pintura con plantillas.**

**4.2.2.1.** Las plantillas deben contener las mismas claves señaladas para los martillos, en el siguiente orden: En la parte superior la clave de la delegación correspondiente y del municipio donde se ubica el predio o centro de almacenamiento o transformación, y en la parte inferior, la clave que se asigne al predio o centro de almacenamiento o transformación. No obstante, las letras y números deben ser de forma rectangular, de 30 mm de alto y 25 mm de ancho.

**4.2.2.2.** La plantilla debe colocarse sobre la superficie a marcar, aplicándose pintura acrílica en aerosol, para que se plasme la clave correspondiente.

**4.3.** Una vez que se asigne la clave de marqueo, el responsable de la misma dispone de un plazo de cinco días hábiles, contados a partir de la fecha de notificación de la clave, para que informe a la Delegación Federal correspondiente de esta Secretaría, sobre el método de marqueo que emplee y, en su caso, el número de martillos que utilice; a excepción de los casos en que la información se encuentre incluida en el programa de manejo forestal o estudio técnico justificativo.

**4.4.** En el caso de que se extravíe algún martillo marcador, el responsable de la clave debe notificarlo a la delegación de esta Secretaría en la entidad federativa que corresponda, a fin de que se cancele la clave asignada y se le asigne una nueva.

**4.5.** La Delegación Federal de la Secretaría que conozca de la situación señalada en el punto anterior, deberá notificar dicho extravío a la Dirección General Forestal de esta Secretaría, la que a su vez lo hará del conocimiento del resto de las delegaciones de esta Secretaría, localizadas en las entidades federativas del país.

**4.6.** Con la finalidad de verificar el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de transporte y almacenamiento de materias primas forestales maderables, los responsables de los centros de almacenamiento o transformación deben permitir al personal autorizado de la Secretaría, la revisión de sus registros de entrada y salida de madera en rollo.

### **5. GRADO DE CONCORDANCIA CON NORMAS Y RECOMENDACIONES INTERNACIONALES**

**5.1.** No hay normas equivalentes, las disposiciones de carácter interno no

reúnen los elementos y preceptos de orden técnico y jurídico que en esta Norma Oficial Mexicana se integra y complementa de manera coherente, con base a los fundamentos técnicos y científicos reconocidos internacionalmente.

### **6. BIBLIOGRAFIA**

**6.1.** Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

**6.2.** Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

**6.3.** Ley Forestal.

**6.4.** Reglamento de la Ley Forestal.

## **7. OBSERVANCIA DE ESTA NORMA**

**7.1.** Esta Norma es de observancia obligatoria para quienes se dediquen al aprovechamiento de los recursos forestales que son materia de la misma.

**7.2** La vigilancia del cumplimiento de la presente Norma corresponde a la Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, cuyo personal realizará los trabajos de inspección y vigilancia que sean necesarios. Las violaciones a la presente Norma se sancionarán en los términos de la Ley Forestal y su Reglamento.

**7.3** La presente Norma entrará en vigor al siguiente día de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

México, D.F., a 9 de octubre de 1995.- La Secretaria de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, Julia Carabias Lillo.- Rúbrica.

## **NORMA Oficial Mexicana NOM-002-RECNAT-1996, Que establece los procedimientos, criterios y especificaciones para realizar el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de resina de pino.**

margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca.

LA CARABIAS LILLO, Secretaria de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, con fundamento en los artículos 32 fracciones I, II, III, IV y V de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 11 de la Ley Forestal; 50 fracción VIII su Reglamento; 38 fracción II, 40 fracción X, 41, 43, 46, 47, 52, 62, 63 y 64 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, y

### **CONSIDERANDO**

en cumplimiento a lo dispuesto en la fracción I del artículo 47 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, el 12 de febrero de 1995 se publicó en el Diario Oficial de la Federación, con carácter de Proyecto, la presente Norma, bajo la denominación NOM-002-SARH3-1994, ahora NOM-002-RECNAT-1996, que establece los procedimientos, criterios y especificaciones para realizar el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de resina de pino, a fin de que los interesados en un plazo de 90 días naturales presentaran sus comentarios al Comité Consultivo Nacional de Normalización para la Protección, Fomento y Aprovechamiento de los Recursos Forestales y de Flora y Fauna Silvestre.

durante el plazo a que se refiere el considerando anterior, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 45 del procedimiento legal citado en el párrafo anterior, estuvieron a disposición del público los documentos a que se refiere dicho precepto legal.

de acuerdo con lo que disponen las fracciones II y III del artículo 47 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, los comentarios presentados por los interesados fueron analizados en el seno del citado Comité, tomándose en cuenta aquellos que resultaron procedentes. Las respuestas a los comentarios que se recibieron en el plazo de ley, fueron publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 23 de octubre de 1995.

habiéndose cumplido el procedimiento establecido en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización para la elaboración de normas oficiales mexicanas, el Comité Consultivo Nacional de Normalización para la Protección, Fomento y Aprovechamiento de los Recursos Forestales y de Flora y Fauna Silvestre, en reunión celebrada el 8 de agosto de 1995, aprobó la Norma Oficial Mexicana NOM-002-SARH3-1994, ahora NOM-002-RECNAT-1996, que establece los procedimientos, criterios y especificaciones para realizar el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de resina de pino; por lo que he a bien expedir la siguiente:

## 0. Introducción

- 0.1. Que de acuerdo con lo establecido en el artículo 11 de la Ley Forestal, el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de recursos forestales no maderables, se sujetará a las normas oficiales mexicanas que expida la Secretaría;
- 0.2. Que dichas normas tienen la finalidad de conservar, proteger y restaurar los recursos forestales no maderables y la biodiversidad de los ecosistemas, prevenir la erosión de los suelos y lograr un manejo sostenible de esos recursos;
- 0.3. Que la resina de pino es un recurso forestal no maderable, su aprovechamiento con fines comerciales se ha venido realizando desde 1920, en los estados de México, Jalisco y Michoacán principalmente;
- 0.4. Que las especies de mayor importancia por su producción de resina son el *Pinus oocarpa*, *P. leiophylla*, *P. lawsonii*, *P. teocote*, *P. herrerae*, *P. tenuifolia*, *P. montezumae*, *P. ponderosa*, *P. pringlei*, *P. michoacana*, *P. pseudostrobus* y *P. douglasiana*; cuya distribución natural abarca principalmente los estados de Colima, Chihuahua, Durango, Guerrero, Jalisco, México, Michoacán y Oaxaca;
- 0.5. Que la industria resinera utiliza como materia prima la resina de pino, para la obtención de la brea o colofonia y el aguarrás o esencia de trementina, y
- 0.6. Que el aprovechamiento de resina de pino como la mayoría de los recursos forestales no maderables, genera beneficios a quienes aprovechan estos recursos, por lo que resulta necesario regular la explotación racional de los mismos.

## 1. Objetivo y campo de aplicación

1. La presente Norma es de observancia general en todo el territorio nacional y tiene por objeto establecer los procedimientos, criterios y especificaciones técnicas y administrativas para realizar el aprovechamiento sostenible, transporte y almacenamiento de resina de pino, en poblaciones naturales.

## 2. Referencias

- 2.1. Norma Oficial Mexicana NOM-008-SCF1-1993, Sistema General de Unidades de Medida, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de octubre de 1993.
- 2.2. Norma Oficial Mexicana NOM-059-ECOL-1994, que determina las especies y subespecies de flora y fauna silvestres terrestres y acuáticas en peligro de extinción, amenazadas, raras y las sujetas a protección especial, y que establece especificaciones para su protección, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 16 de mayo de 1994.

## 3. Definiciones

Para los efectos de esta Norma, se entiende por:

- 3.1. Cara: corte transversal que se realiza en el área resinable del tronco del árbol y que se continua a lo largo hasta una altura determinada, quitando la corteza y una parte superficial de madera para que fluya resina;
- 3.2. Centro de almacenamiento: lugar con ubicación permanente y definida, donde se depositan temporalmente materias primas forestales para su posterior traslado o transformación;
- 3.3. Centro de transformación: instalación industrial fija o móvil donde por procesos físico-mecánicos o químicos se elaboran productos derivados de materias primas forestales;
- 3.4. Entrecara: espacio que queda entre las caras de un árbol en resinación;
- 3.5. Especies con estatus: se refiere a las especies y subespecies de flora silvestre, catalogadas como en peligro de extinción, amenazadas, raras y sujetas a protección especial, en la Norma Oficial Mexicana NOM-059-ECOL-1994, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 16 de mayo de 1994;
- 3.6. Intensidad de resinación: proporción de la superficie en resinación, con relación a la superficie resinable del tronco del árbol;

17. Materia prima forestal no maderable: producto que se obtiene del aprovechamiento de cualquier recurso forestal no maderable; así también los productos resultantes de la transformación artesanal, anterior a su movilización comercial;
18. Poblaciones naturales: aquellas que se desarrollan espontáneamente en terrenos forestales o de aptitud preferentemente forestal;
19. Programa de Manejo Forestal: documento técnico de planeación y seguimiento que describe, de acuerdo con la Ley Forestal, las acciones y procedimientos de cultivo, protección, conservación, restauración y aprovechamiento de los recursos forestales;
20. Recurso forestal no maderable: la vegetación y los hongos de poblaciones naturales, así como sus partes, sustancias y residuos que no están constituidos principalmente por materiales leñosos, y los suelos, de los terrenos forestales o de aptitud preferentemente forestal;
21. Resinación a muerte: es la realizada con una intensidad regulada sólo por la anchura de las entrecaras que no debe ser menor de 10 cm;
22. Resina de pino: sustancia viscosa que naturalmente o por incisión, fluye de las especies del género Pinus, de la cual y mediante un proceso industrial se obtiene brea y aguarrás;
23. Responsable técnico: persona física o moral inscrita en el Registro Forestal Nacional encargada de proporcionar la asistencia técnica y dirigir la ejecución del aprovechamiento de los recursos forestales;
24. Secretaría: Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca;
25. Sistemas de resinación: conjunto de técnicas utilizadas en el proceso de extracción de resina;
26. Terreno de productividad alta: aquellos cuyos árboles dominantes por unidad de superficie tienen una altura promedio igual o mayor de 26 metros;
27. Terrenos de productividad baja: aquellos cuyos árboles dominantes por unidad de superficie tienen una altura promedio igual o menor a 16 metros; y
28. Terrenos de productividad media: aquellos cuyos árboles dominantes por unidad de superficie tienen una altura promedio entre 17 y 25 metros.

#### **Procedimientos, criterios y especificaciones para realizar el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de resina de pino.**

##### **1. Del aprovechamiento.**

1.1. Para realizar el aprovechamiento de resina de pino, el dueño o poseedor del predio correspondiente, deberá presentar una notificación por escrito, ante la Delegación Federal de la Secretaría en la entidad federativa correspondiente, misma que podrá ser anual o por un periodo máximo de 5 años.

1.2. La notificación deberá contener la siguiente información:

Nombre y domicilio del dueño o poseedor del predio;

Título que acredite el derecho legal de propiedad o posesión respecto del terreno o terrenos objeto del aprovechamiento o, en su caso, el documento que acredite el derecho para realizar actividades de aprovechamiento;

Nombre y número de inscripción del responsable técnico en el Registro Forestal Nacional;

Nombre y ubicación del predio, incluyendo un plano o croquis de localización;

Superficie, especies y cantidad estimada por resinar anualmente, incluyendo sus nombres comunes y científicos;

II. Descripción de las técnicas de aprovechamiento dentro del marco de los criterios y especificaciones que se establecen en la presente Norma;

III. Medidas de protección a las especies de fauna silvestre;

III. Medidas de protección a las especies de flora y fauna silvestres con estatus;

X. Medidas para prevenir y controlar incendios, plagas, enfermedades forestales y otros agentes de contingencia, y

1. Medidas de prevención y mitigación de impactos ambientales negativos que pudiera ocasionar el aprovechamiento, durante las distintas etapas de ejecución, así como en caso de suspensión o terminación anticipada.

1.3. La elaboración de la notificación y el control técnico del aprovechamiento, será responsabilidad del dueño o poseedor del predio, así como del responsable técnico que al efecto contrate, quien deberá estar inscrito en el Registro Forestal Nacional.

1.4. Las Delegaciones Federales de la Secretaría podrán proporcionar, de considerarlo necesario y con la debida justificación, asesoría técnica para la elaboración de la notificación, cuando los ejidatarios, comuneros y demás propietarios o poseedores de terrenos forestales o de aptitud preferentemente forestal, por carencia de recursos económicos o por no estar a su alcance medios alternativos de financiamiento, no puedan contratar dichos servicios.

Para estos casos, las delegaciones de la Secretaría también podrán contratar con personas físicas o morales inscritas en el Registro Forestal Nacional, la prestación de los servicios de asesoría técnica, mediante un proceso de licitación, de conformidad con la normatividad aplicable. En los supuestos a que se refiere este apartado, la ejecución de la notificación para el aprovechamiento será responsabilidad directa de los ejidatarios, comuneros o demás propietarios o poseedores de los terrenos que se trate.

1.5. El dueño o poseedor del predio, deberá presentar en la Delegación de la Secretaría un informe trimestral, dentro de los primeros 10 días hábiles de los meses de abril, julio, octubre y enero de cada año, y uno al final del aprovechamiento, avalado por el responsable técnico, respecto del cumplimiento de lo especificado en la notificación, indicando a su vez, las cantidades aprovechadas en toneladas.

1.6. El aprovechamiento de resina de pino, quedará sujeto a los siguientes criterios y especificaciones técnicas:

El diámetro mínimo resinable para las especies de pino existentes en zonas de productividad alta será de 30 cm; para las especies existentes en zonas de productividad media será de 25 cm; y para especies localizadas en zonas de productividad baja será de 20 cm;

La intensidad de resinación se regulará tomando en consideración el diámetro del arbolado, el número y anchura de las caras y las condiciones de productividad de los terrenos forestales, en los términos del apéndice 1;

El ancho máximo permisible de las caras, será de 12 cm; en caso que se utilice el sistema de pica de corteza no deberá exceder el 30% del perímetro del árbol, debiendo especificarse en la notificación;

La profundidad máxima de la pica será de 20 mm, excepto para la pica de apertura de cara, donde ésta será hasta de 30 mm;

La longitud máxima de la cara durante los 5 años de resinación será de 2.5 metros, no debiendo abrir nuevas caras si no se ha alcanzado una longitud mínima de 2.0 metros en las ya existentes, a excepción de árboles mal conformados donde no sea posible alcanzar dicha longitud;

El ancho mínimo de la entrecara, será de 10 cm;

La resinación a muerte sólo se permitirá cuando se considere el aprovechamiento combinado de madera y resina, en árboles previamente seleccionados para ser extraídos, en un periodo no mayor de cinco años de acuerdo con el Programa de Manejo Forestal respectivo;

1.7. La Secretaría, por conducto de sus delegaciones federales, con base en estudios técnicos y científicos, determinará las zonas de los predios en las que deberá suspenderse temporalmente el aprovechamiento para permitir la recuperación del recurso. Respecto, la Delegación Federal de la Secretaría notificará por escrito a los interesados, a fin de que en un plazo de 20 días

hábiles, contado a partir de la fecha en que reciban la notificación, manifiesten lo que a su derecho convenga.

4.1.8. Las especies con *estatus* podrán incorporarse al aprovechamiento previa autorización que al efecto emita el Instituto Nacional de Ecología, de conformidad con lo establecido en la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente y demás ordenamientos legales aplicables. Dicha autorización deberá solicitarla el interesado, y una vez obtenida, entregarla anexa a la notificación de aprovechamiento.

4.1.9. En terrenos comprendidos en zonas declaradas como áreas naturales protegidas, el aprovechamiento de resina de pino podrá realizarse previa autorización que expida el Instituto Nacional de Ecología de conformidad con lo establecido en la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente y demás ordenamientos legales aplicables. Dicha autorización deberá solicitarla el interesado y entregarla anexa a la notificación de aprovechamiento.

4.1.10. Cuando se suspenda el aprovechamiento antes del término establecido en la notificación el dueño o poseedor del predio deberá informar a la Delegación de la Secretaría, debiendo en este caso cumplir con las medidas de mitigación de los impactos ambientales negativos previstos en la notificación, de acuerdo con la superficie en resinación.

Para reiniciar el aprovechamiento, el interesado deberá presentar una nueva notificación.

## 2. Del almacenamiento.

Los responsables de los centros de almacenamiento de resina de pino, incluyendo aquellos que estén ubicados en las instalaciones de los centros de transformación, deberán:

Solicitar la inscripción de los mismos en el Registro Forestal Nacional, acreditando su personalidad y debiendo proporcionar los siguientes datos del establecimiento:

Nombre, denominación o razón social;

Domicilio fiscal;

Copia de la Cédula de Identificación Fiscal o del Registro Federal de Contribuyentes;

Ubicación;

En su caso, el giro o giros a que se dedique el centro de transformación en cuestión, y

Capacidad de almacenamiento y, en su caso, de transformación instalada en toneladas.

Informar trimestralmente dentro de los primeros 10 días hábiles de los meses de abril, julio, octubre y enero de cada año, a la Delegación de la Secretaría en la entidad federativa correspondiente, sobre las entradas y salidas del producto durante el semestre inmediato anterior, utilizando los formatos que se anexan como apéndices 2 y 3 de la presente Norma.

## 3. Del transporte.

3.1. El transporte de resina de pino, desde el predio bajo aprovechamiento, hacia los centros de almacenamiento, transformación o de embarque, se realizará al amparo de remisión o factura comercial, expedida por el dueño o poseedor del predio, o el responsable del centro de almacenamiento, siempre y cuando dicho producto se transporte por cualquier vehículo motorizado.

3.2. La factura o remisión comercial deberá contener, además de los requisitos establecidos por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, lo siguiente:

Número de folio asignado por la Delegación Federal de la Secretaría, al acusar recibo de la notificación de aprovechamiento correspondiente;

Ubicación y número de inscripción del centro de almacenamiento en el Registro Forestal Nacional;

En su caso, nombre y ubicación del predio del que proviene el producto, y

IV. Domicilio al que se envía el producto y el peso que se remite

#### **Grado de concordancia con normas y recomendaciones internacionales**

1. No hay normas equivalentes, disposiciones de carácter interno que reúnan los elementos y preceptos de orden técnico y jurídico que en esta Norma Oficial Mexicana se integra y complementan.

#### **Bibliografía**

1. Ayala Sosa J. Carmen, Romahn de la Vega Carlos F., Zamudio Sánchez Francisco J. 1988. Respuesta del *Pinus pringlei* Shaw a dos métodos de resinación. AGROCIENCIA. No. 72. pp. 165-172.
2. Cronquist Arthur. 1984. Introducción a la botánica. 2a. ed. C.E.C.S.A. 848 p.
3. Galindo Luis D. S/F. Apuntes generales sobre la resinación en el estado de Michoacán. 10 p.
4. Gómez Romero Fabio. S/F. SARH-Subsecretaría Forestal y de Fauna Silvestre. Sistemas y métodos de resinación en el pino. pp. 26-31.
5. Jiménez Ortega Javier. 1979. Diccionario de Biología. Ed. Concepto. México, D.F. 322 p.
6. Mackay Enrique. S/F. Ordenación de montes. pp. 707-759.
7. Martínez Maximino 1979. Catálogo de nombres vulgares y científicos de plantas mexicanas. F.C.E. México, D.F. 1220 p.
8. Romahn de la Vega Carlos Fco. 1984. Principales productos forestales no maderables de México. División de Ciencias Forestales. Universidad Autónoma Chapingo. México. 561 p.
9. Rzedowski Jerzy. 1983. Vegetación de México. Ed. Limusa. México, D.F. 432 p.
10. SARH-Subsecretaría Forestal. 1992. Normas mínimas para la formulación de estudios técnicos justificativos para el aprovechamiento de resina. 13 p.

#### **Observaciones de esta norma**

1. Esta Norma es de observancia obligatoria para quienes se dediquen al aprovechamiento, transporte y almacenamiento de resina de pino, en poblaciones naturales.
2. Se considera incumplimiento cuando:
  1. Se realicen aprovechamientos sin presentar la notificación correspondiente;
  2. Se proporcione información falsa en la notificación del aprovechamiento;
  3. No se presente la información adicional a la notificación, cuando así lo requiera la Secretaría;
  4. No se soliciten las inscripciones registrales, previstas en la presente Norma;
  5. Se ejecuten aprovechamientos forestales de resina de pino, en contravención a las disposiciones contenidas en la presente Norma y a lo especificado en la notificación correspondiente;
  6. No se presenten los informes previstos en la presente Norma;
  7. Se falsifique o altere la documentación e información requerida para amparar el transporte de resina de pino;
  8. Se transporte resina de pino, sin la documentación respectiva, y
  9. Se ejecuten actos u omisiones que contravengan las disposiciones de la presente Norma.

7.3. La Secretaría, por conducto de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente, realizará las visitas de inspección y auditorías técnicas que se requieran para vigilar el cumplimiento de las disposiciones contenidas en esta Norma.

El incumplimiento de la presente Norma, así como las violaciones e infracciones cometidas respecto de sus disposiciones, se sancionarán en los términos de la Ley Forestal, la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente y demás ordenamientos legales aplicables.

## **TRANSITORIOS**

**PRIMERO.** La presente Norma entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

**SEGUNDO.** Los permisos de aprovechamiento de resina de pino, expedidos con anterioridad a la fecha de entrada en vigor de la presente Norma, continuarán teniendo validez, sin perjuicio de que su titular cumpla con las demás disposiciones establecidas en la misma.

**TERCERO.** Los centros de almacenamiento a partir de la entrada en vigor de la presente Norma, tendrán un plazo que no podrá exceder de tres meses para solicitar su inscripción al Registro Forestal Nacional.

**CUARTO.** Las notificaciones presentadas con anterioridad a la entrada en vigor de esta Norma, continuarán vigentes, debiendo ajustarse en lo conducente a lo estipulado en el punto 4.1.2. de la presente Norma, en un plazo de 60 días naturales, contados a partir de su entrada en vigor.

México, D.F., a 2 de abril de 1996.- La Secretaria de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, Julia Carabias Lillo.- Rúbrica.

## **Norma Oficial Mexicana NOM-117-SCFI-1995, Lineamientos informativos para la venta de muebles de línea y sobre medida.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.- Dirección General de Normas.- Dirección de Normalización.- Subdirección de Normas.

### **NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-117-SCFI-1995, LINEAMIENTOS INFORMATIVOS PARA LA VENTA DE MUEBLES DE LINEA Y SOBRE MEDIDA.**

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, por conducto de la Dirección General de Normas, con fundamento en los artículos 34 fracciones XIII y XXX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 1o., 39 fracción V, 40 fracción XII, 47 fracción IV de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, y 24 fracciones I y XV del Reglamento Interior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, y

## **CONSIDERANDO**

Que es responsabilidad del Gobierno Federal determinar las medidas necesarias para garantizar que los productos y servicios que se comercialicen en territorio nacional contengan la información necesaria con el fin de lograr una efectiva protección de los derechos del consumidor.

Que habiéndose cumplido el procedimiento establecido en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización para la elaboración de proyectos de normas oficiales mexicanas, la Presidenta del Comité Consultivo Nacional de Normalización de Seguridad al Usuario, Información Comercial y Prácticas de Comercio ordenó la publicación del Proyecto de Norma Oficial Mexicana NOM-117-SCFI-1995, Lineamientos informativos para la venta de muebles de línea y sobre medida; lo que se realizó en el **Diario Oficial de la Federación** el 1 de julio de 1996, con objeto de que los interesados presentaran sus comentarios al citado Comité Consultivo.

Que durante el plazo de 90 días naturales, contados a partir de la fecha de publicación de dicho Proyecto de Norma Oficial Mexicana, los análisis a los que se refiere el artículo 45 del citado ordenamiento jurídico, estuvieron a disposición del público para su consulta.

Que dentro del mismo plazo, los interesados presentaron sus comentarios al proyecto de norma, los cuales fueron analizados por el citado Comité Consultivo, realizándose las modificaciones procedentes.

Que la Ley Federal sobre Metrología y Normalización establece que las normas oficiales mexicanas se constituyen como el instrumento idóneo para la prosecución de estos objetivos, se expide la siguiente:

**NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-117-SCFI-1995, LINEAMIENTOS INFORMATIVOS PARA LA VENTA DE MUEBLES DE LINEA Y SOBRE MEDIDA.**

Para los efectos correspondientes, esta Norma Oficial Mexicana entrará en vigor 60 días después de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**.

Atentamente

Sufragio Efectivo. No Reelección.

México, D.F., a 5 de marzo de 1997.- La Directora General de Normas, **Carmen Quintanilla Madero**.- Rúbrica.

**NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-117-SCFI-1995, LINEAMIENTOS INFORMATIVOS PARA LA VENTA DE MUEBLES DE LINEA Y SOBRE MEDIDA.**

**INDICE**

PREFACIO

1. OBJETIVO Y CAMPO DE APLICACION
2. DEFINICIONES
3. DISPOSICIONES GENERALES
4. ELEMENTOS INFORMATIVOS
5. VERIFICACION
6. BIBLIOGRAFIA
7. CONCORDANCIA CON NORMAS INTERNACIONALES

**PREFACIO**

En la elaboración de la presente Norma Oficial Mexicana participaron los siguientes organismos y dependencias:

- AURRERA, S.A. DE C.V.
- CENTRO DE DESCUENTO VIANA, S.A. DE C.V.
- DISTRIBUIDORA LIVERPOOL, S.A. DE C.V.
- EL PALACIO DE HIERRO, S.A. DE C.V.
- IMASA, S.A. DE C.V.
- INTERMOBEL, S.A. DE C.V.
- MUEBLES BRIONES, S.A. DE C.V.
- MUEBLES DIXY, S.A. DE C.V.

- ASOCIACION NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE APARATOS DOMESTICOS, S.A. DE C.V.
- ASOCIACION NACIONAL DE FABRICANTES DE APARATOS DOMESTICOS, S.A. DE C.V.
- ASOCIACION NACIONAL DE TIENDAS DE AUTOSERVICIO, A.C.
- CANACINTRA
  - Consejo Coordinador de la Industria Mueblera
  - Sección 33, Fabricantes de muebles de madera
- CANACO, CIUDAD DE MEXICO
- CONCANACO SERVYTUR
- PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR
  - Subprocuraduría de Inspección y Vigilancia
  - Subprocuraduría de Servicios al Consumidor
  - Subprocuraduría Jurídica
- SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL
  - Dirección General de Fomento al Comercio Interior
  - Dirección General de Normas
  - Dirección General de Política de Comercio Interior

**NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-117-SCFI-1995, LINEAMIENTOS INFORMATIVOS PARA LA VENTA DE MUEBLES DE LINEA Y SOBRE MEDIDA.**

### **Objetivo y campo de aplicación**

La presente Norma Oficial Mexicana establece los requisitos mínimos de información que deben proporcionar a los consumidores todas las personas físicas o morales dedicadas a fabricar o comercializar muebles de línea y sobre medida, en el territorio nacional.

### **Definiciones**

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

#### **1 Consumidor**

Persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta, como destinatario final, un mueble de línea o sobre medida.

#### **2 Factura**

Documento elaborado por el proveedor en el que se especifican los precios de los muebles solicitados, servicios prestados, medidas y partes de los muebles adquiridos por el consumidor.

#### **3 Ley**

Ley Federal de Protección al Consumidor.

#### 4 Muebles de línea

son los muebles que se fabrican en serie bajo ciertos patrones o modelos, para su comercialización al consumidor.

#### 5 Muebles sobre medida

son los muebles fabricados con determinadas características específicas a petición del consumidor.

#### 6 NOM

Norma Oficial Mexicana.

#### 7 Orden de trabajo, nota de compra o contrato de adhesión

es el documento donde se especifican todos los conceptos que se requieren en la operación comercial (características, costos, instalación, distribución, fecha de entrega, derechos y obligaciones, etcétera), mediante el cual se formaliza la operación.

#### 8 Presupuesto

es el documento en el que se detallan los precios de los muebles, piezas, partes, así como los cobros por concepto de instalación, flete y, en general, todos aquellos gastos que deban ser pagados al proveedor como resultado de la operación comercial de que se trate.

#### 9 Procuraduría

Procuraduría Federal del Consumidor.

#### 10 Proveedor

es la persona física o moral que habitual o periódicamente fabrica, ofrece, distribuye o vende muebles de línea y sobre medida.

### Disposiciones generales

1 La presente NOM es de interés y observancia general para todos aquellos proveedores de muebles de línea y sobre medida.

2 Las órdenes de trabajo, notas de compra o contratos de adhesión que pretendan utilizar los proveedores para perfeccionar la práctica comercial, deben:

- a) Cumplir con lo dispuesto en la presente NOM.
- b) Estar escritos en idioma español, sin perjuicio de que se expresen en otros idiomas.
- c) Ser legibles.
- d) Contener las penas convencionales a las que se hacen acreedoras las partes por incumplimiento, así como el procedimiento para hacerlas efectivas.
- e) Mencionar los aspectos relativos a las garantías.

### Elementos informativos

Los proveedores deben de proporcionar la información necesaria de manera clara, oportuna y veraz para evitar inducir a error o confusión al consumidor.

#### 1 De la publicidad

Los medios utilizados para informar, promover o realizar publicidad relacionada con la venta de muebles de línea y sobre medida, deben observar lo que en este sentido marca la Ley.

## 4.2 Del presupuesto

El proveedor debe entregar al consumidor un presupuesto por escrito en donde se mencione si su elaboración implica erogación alguna. La elaboración y posterior entrega del presupuesto será a petición del consumidor, tratándose de muebles de línea o, en todo caso, tratándose de muebles sobre medida.

El presupuesto debe contener, como mínimo, los siguientes datos:

- a) Requisitos fiscales: nombre o razón social, domicilio y RFC.
- b) Características del mueble o muebles solicitados por el consumidor, tales como: modelo, color, dimensiones, acabado, número de piezas, materiales empleados, etcétera.
- c) Fecha de entrega a partir de la aceptación del presupuesto.
- d) Precio total del mueble y, de ser el caso, precio de cada una de las piezas o componentes que lo integran.
- e) Indicación de los procedimientos a seguir cuando las piezas o materiales utilizados estén sujetos a variaciones de precios fuera del control del proveedor.
- f) De ser el caso, las erogaciones adicionales por concepto de flete, instalación, mantenimiento, etcétera.
- g) Vigencia del presupuesto.

El proveedor sólo podrá iniciar la elaboración o el envío del mueble o muebles a partir del momento en que el consumidor otorgue su consentimiento por escrito.

## 4.3 De la formalización de la transacción

El proveedor debe expedir al consumidor una orden de trabajo, nota de compra o contrato de adhesión para realizar el pedido solicitado. De ser el caso, a conveniencia del proveedor, el documento del presupuesto puede hacer las veces de la orden de trabajo, nota de compra o contrato de adhesión. En todo caso, el documento mediante el cual se formalice la transacción debe contener cuando menos los siguientes datos:

- a) Nombre y domicilio del proveedor y del consumidor.
- b) Fecha en que se realiza el pedido y firma de aceptación del presupuesto por parte del proveedor y del consumidor.
- c) Características del mueble o muebles ordenados por el consumidor o las piezas de que se compone, señalando: modelo, color, dimensiones, acabado, número de piezas, materiales empleados, etcétera.
- d) Precio del mueble o muebles contratados.
- e) Desglose de los gastos por flete, instalación, mantenimiento, etcétera, en caso de proceder éstos.
- f) Detalle de la opción de pago convenida entre las partes.
- g) Plazo y condiciones de entrega de los muebles contratados.
- h) Garantía otorgada por el proveedor, la cual, sin perjuicio de lo que en este sentido marca la Ley, debe comprender cuando menos los siguientes aspectos:
  - 1. Condiciones y procedimientos para hacerla válida.
  - 2. Vigencia, la cual se entenderá desde la fecha de entrega de los muebles de línea y sobre medida.
  - 3. Obligación del proveedor de responder por la garantía de los muebles vendidos y de que ésta se lleve a cabo a la entera satisfacción del consumidor, sin cargo alguno para éste sobre las partes,

materiales y mano de obra utilizada, salvo aquellas piezas o aparatos que por sus características no tengan garantía, las cuales deben quedar contempladas en el orden de trabajo.

4. En el caso de que un tercero sea el responsable de la garantía por alguna de las piezas, partes o muebles adquiridos, el proveedor debe proporcionar al consumidor los datos necesarios para hacerla válida, sin menoscabo de su responsabilidad ante el consumidor.

i) Información de los procedimientos para reclamaciones, devoluciones y reembolsos.

j) Penas convencionales a que se hace acreedor tanto el proveedor como el consumidor por concepto de incumplimiento. Los montos o porcentajes de las penas convencionales deben ser equitativas o de igual magnitud para ambas partes.

Modelo de la orden de trabajo, nota de compra o contrato de adhesión que pretendan utilizar los proveedores debe ser presentado ante la Procuraduría.

de las tarifas

menoscabo de lo que en este sentido marca la Ley:

a) Los proveedores de muebles de línea y sobre medida deben contar con un catálogo actualizado de los precios y tarifas de muebles, materiales, diseños y acabados que ofrezcan, a fin de que el consumidor cuente con información suficiente sobre el precio de los mismos.

b) Los precios de los muebles de línea y sobre medida deben especificarse en moneda nacional, sin menoscabo de que también puedan indicarse en moneda extranjera y debe hacerse explícito si incluyen IVA.

c) De conformidad con la Ley Monetaria, el consumidor debe pagar en moneda nacional. Las obligaciones de pago contraídas en moneda extranjera se solventarán entregando el equivalente en moneda nacional al tipo de cambio que rija en la fecha en que se haga el pago.

d) En caso de que los proveedores de muebles de línea y sobre medida requieran del consumidor un anticipo o depósito en garantía para el pedido u orden de trabajo, deben incluirlo en la lista de precios, en el presupuesto o colocar en lugar visible la cantidad monetaria que deben cubrir.

e) Cuando el consumidor efectúe el anticipo o depósito en garantía, el proveedor debe expedir el comprobante respectivo, el cual debe contener, al menos, los siguientes requisitos:

1) Nombre o razón social del proveedor.

2) Fecha e importe del depósito.

3) Nombre y firma de la persona que recibe el depósito.

4) Sello del proveedor.

5) Requisitos que establezca la normatividad fiscal aplicable.

f) De ser el caso, el anticipo o depósito en garantía debe ser reintegrado al consumidor en el momento en que éste cubra el importe total del bien adquirido, o bien, ser utilizado para cubrir dicho importe, si así lo prevé la orden de trabajo, nota de compra, presupuesto o el documento mediante el cual se formalizó la operación.

g) Cuando se trate de un paquete de muebles y aparatos, el proveedor debe informar al consumidor el detalle de cada uno de ellos, así como el número de piezas y costo de los mismos.

h) En el caso de que el proveedor contemple dentro de sus tarifas, cobros por concepto de seguros de los bienes contratados, debe manifestarlo en forma clara y explícita en el presupuesto y la orden de trabajo o nota de compra.

## 5. Verificación

El cumplimiento de lo dispuesto en la presente NOM debe ser verificado por la Procuraduría, conforme a lo dispuesto en la Ley.

## 6. Bibliografía

- Ley Federal sobre Metrología y Normalización (**Diario Oficial de la Federación** 1/07/92).
- Ley Federal de Protección al Consumidor (**Diario Oficial de la Federación** 24/12/92).
- Revista del Consumidor No. 163 de 1988.

## 7. Concordancia con normas internacionales

No se establece concordancia con normas internacionales por no existir referencia disponible al momento de su elaboración.

México, DF., a 5 de marzo de 1997.- La Directora General de Normas, **Carmen Quintanilla Madero**.- Rúbrica