

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE JOYERÍA DE PLATA”

Autor: Milthon Jhonatan Linares Ruíz

**Tesina presentada para obtener el título de:
Licenciado en Comercio Internacional**

**Nombre del asesor:
MTRA. Deyanira Eunice Castellón Rivera**

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

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL

TITULO:

**PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE
JOYERIA DE PLATA**

T E S I N A

Para obtener el título de:
**LICENCIADO EN COMERCIO
INTERNACIONAL**

Presenta:

MILTHON JHONATAN LINARES RUIZ

ASESOR DE TESINA:

MTRA. DEYANIRA EUNICE CASTELLÓN RIVERA

CLAVE 16PSU0011T

ACUERDO No. LIC 091108



LÁZARO CÁRDENAS, MICH., MARZO 2023

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer en estas líneas primero a Dios por darme la oportunidad de poder concluir este trabajo de proveer lo necesario en estos tiempos tan cambiantes por la salud y el bienestar de mi familia que han sido parte de mis ganas de superarme a mí mismo como persona mi esposa e hijo que siempre están ahí en el tiempos buenos y adversos, poder llegar a una etapa más en mi vida y estar abierto a seguir buscando ampliar mi experiencia laboral y personal siempre tratando de ser lo más profesional que se pueda.

Académicamente quiero agradecer a la UVAQ como institución que fue el lugar que elegí y me brindo toda la oportunidad para empezar y terminar esta carrera del comercio internacional siendo una institución que me brindado la enseñanza en esta rama tan amplia como lo es el comercio internacional, aprovecho para ser mención a mis docentes y asesora de tesina que han sido parte importante como mentores de esta licenciatura y en este trabajo de tesina de exportación de plata.

A cada una de las personas que han estado influyendo en a mejorar en las áreas de mi persona laborar y personalmente por el apoyo en la investigación de este trabajo, que de alguna forma sirvieron como orientación en cuestión de investigación. A todos en general sin querer dejar fuera a nadie que ha sido de influencia en mi vida para mejor y supérame a mí mismo

Muchas Gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	v
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	vii
JUSTIFICACIÓN.....	viii
OBJETIVOS.....	x
OBJETIVO GENERAL.....	x
CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES GENERALES.....	11
1.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	11
1.2 CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO	12
1.3 USOS Y APLICACIONES	13
1.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL PRODUCTO	14
1.5 PRODUCCIÓN.....	15
1.6 CUIDADOS PARA LA JOYERÍA DE PLATA	17
1.7 CONTROL DE CALIDAD.	19
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.	22
2.1. MARCO LEGAL Y JURÍDICO	22
2.1.1 Constitución de los Estados Unidos Mexicanos	23
2.1.2 Ley Aduanera	24
2.1.3 Ley de Comercio Exterior	25
2.1.4 Ley de Impuestos Generales de Importación y Exportación.....	25
2.1.5 Tratado de Libre Comercio	26
2.2.1 Registro Federal de Contribuyentes	29
2.2.2 Factura Comercial.....	30
2.2.3 Conocimiento de embarque (B/L)	31
2.2.4 Lista de empaque	32
2.2.5 Certificado de origen.....	33
2.3 EMPAQUE Y EMBALAJE	34
CAPÍTULO 3. INVESTIGACION DE MERCADO	39
3.1 MERCADO META.....	39
3.2 LOGISTICA.....	41
3.3 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.....	41
3.3.1 Microlocalización	42
3.3.2 Macrolocalización	43
3.4 OFERTA Y DEMANDA	45
3.5 LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	47
3.5.1 Imagen y Logotipo de la empresa.....	48
3.5.2 Misión	49
3.5.3 Visión	50

3.5.4 Objetivos.....	51
3.5.5 Valores.....	52
3.5.6 Análisis FODA	53
3.5.7 Organigrama y descripción de puestos.....	55
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS FINANCIERO	61
4.1 INVERSION INICIAL.....	61
4.2 ANALISIS DE COSTOS.....	62
4.2.1 Costos fijos	62
4.2.2 Costos variables	63
4.2.3 Costos de exportación	63
4.4 BALANCE GENERAL Y TIR	66
4.5 ANÁLISIS ESTADO DE RESULTADOS	68
CONCLUSIONES	70
BIBLIOGRAFÍA	73
ANEXOS	78

INTRODUCCIÓN

Con frecuencia las empresas incursionan en la actividad exportadora como respuesta a la detección casuística de una oportunidad y, en consecuencia, tratan de aprovecharla enfrentándose a diversos requerimientos para los cuales suelen no estar preparadas así que, aunque pueden llegar a concretar algunas pocas operaciones, usualmente desisten en el corto plazo. En este proyecto de exportación cabe mencionar la importancia de la práctica y el aprendizaje sobre el producto exportado que en este caso es la joyería de plata hacia el país de Canadá siendo este uno de los países que en los últimos años ha crecido su demanda de joyería de plata mexicana.

En el capítulo uno veremos el marco referencial que a borda la partes y antecedentes generales se darán a conocer las característica del producto donde lo hacen quienes lo venden donde es donde se fabrican los mejores diseños de joyas de plata en México, así como su clasificación sus usos y aplicaciones generalmente para quienes va dirigido y sus consumidores usualmente la mayor parte del producto lo consumen las mujeres, también conoceremos sus ventajas y desventajas todas y cada una de ellas siendo así la plata uno de los productos que menos desventajas tiene en el mercado, se llevó a cabo una investigación sobre la producción de tallada sobre el producto, se dará a conocer su producción paso a paso como se transforma el metal en preciosas joyas.

En el capítulo dos se da a conocer todo lo referente al marco teórico su marco legal y jurídico todas las normas y las leyes a las cuales se deben de sujetar a la exportación todas y cada una de layes, su procedimiento de aduana así como se llevara a cabo cumpliendo el procedimiento paso por paso así como los documentos necesarios para llevar acabo la exportación aquí conoceremos todos y cada uno de ellos, también conoceremos el empaque y embalaje que se usara para la exportación ya que la mercancía es muy delicada al ser joyería se conocerá su clasificación

arancelaria. Llevando acabo la presentación de cada uno de los documentos necesarios.

En el capítulo tres se expone la investigación de mercado, el mercado meta sus costos su poder económico de la zona a la que se va a enviar se evaluarán al tipo de consumidores a los que va dirigido el producto quienes lo consumen y en qué tipo de consumidores tiene más demanda, la logística el planteamiento de cómo se llevara a cabo la exportación, su ubicación geográfica del país meta al que se enviara la mercancía, se verá la ruta de donde sale el producto y así a donde se dirige, su oferta y demanda proveedores y clientes y la planeación estratégica, los objetivos así como la política de la empresa el logo su análisis FODA organigrama etc. Todo lo relacionado con la empresa.

En el capítulo cuatro se presenta el análisis financiero la inversión inicial se detallara el análisis su inversión inicial las cantidades y costos que conlleva la exportación, análisis de costo, fijos y variables toda la planeación de costos de exportación balance general y análisis de resultado llevando acabo un punto de equilibrio veremos el TIR el tiempo en que tarda uno como exportador en que lo que gastaste es recuperado ya sea a un año dos o tres años todo este balance y estado de resultados son muy importantes llevarlos a cabo como exportador ya que se lleva un mejor ajuste de cuentas y ves si tu negocio es rentable todo este análisis financiero lo veremos en el capítulo cuatro.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El producto a exportar es joyería en plata hacia Canadá con diferentes diseños e innovaciones la joyería en plata resulta ser atractiva entre los compradores por ello es que se ha decidido exportar joyería de plata hacia España. Uno de los productos mexicanos con demanda en otros países son las artesanías producidas en nuestro país México, con el paso el tiempo hay productos los cuales con el tiempo en el que se está viviendo suelen perder un interés entre la gente.

Parece ser que los tiempos modernos innovaciones, modas, entre otros. Son una influencia muy importante en todos nosotros lo vemos a nuestro alrededor pongo de ejemplo lo siguiente los juguetes nunca pasaran de moda podría pensarse, pero hace no más de 10 años los juguetes artesanales hechos de madera era algo buen aceptado por los compradores, pero ahora con el paso del tiempo no se han vuelto muy de mandantes y su producción ha bajado.

Algo de lo que hemos visto que a pesar del tiempo sigue en pie es la joyería que sin embargo pareciera que el tiempo no le afecta en cuestión de demanda, y con el pasar de los años se ha ido innovando en cuestión de diseños. En México ha sido muy buena su producción uno de los lugares donde se ha producido la joyería de plata de muy buena calidad es en Taxco y con el interés de poder llevar nuestra joyería fuera de nuestro país se ha presentado la oportunidad de exportarla hacia España con una demanda en los últimos tiempos muy buena.

Al finalizar estos planteamientos se llega a la pregunta de investigación: ¿Qué factibilidad de negocio representa la exportación de joyería de plata hacia el mercado de Canadá? ¿Qué requisitos se requieren para exportar joyería de plata hacia el mercado canadiense? ¿Qué beneficios se pueden obtener de los tratados internacionales para poder realizar un negocio que sea rentable?

JUSTIFICACIÓN

En este proyecto que tengo la oportunidad de realizar conforme a la exportación de joyería de plata mexicana hacia el país de Canadá, la importancia de esta tesina conlleva el trabajo de investigación con respecto al ramo de la joyería mexicana, en este caso la plata, que es un metal muy precioso y de gran demanda hacia el extranjero ya que resulta ser llamativo para las personas de fuera del país por la peculiaridad de sus diseños en las manos de nuestros productores mexicanos.

Cada año va creciendo poco a poco la demanda tal vez no en un volumen exagerado o como lo imaginaríamos, pero si se considera que no hay disminución si no que, al contrario, aunque el crecimiento ha sido de poco a poco, no disminuyen las exportaciones considerablemente. La importancia de la elección del tema es precisamente eso la demanda que ha empezado a despertar por medio del interés de los consumidores extranjeros, aunque pareciera más el aprecio por nuestros diseños por los extranjeros que nosotros mismos como mexicanos que tenemos en nuestro país esa creatividad que hace de este producto algo muy demandante, será que nos hemos familiarizado a tener esta calidad en joyas que ya nos hemos acostumbrado y se nos hace normal como mexicanos.

Esta exposición servirá en lo personal para asumir el reto de conocer más nuestra calidad en materia prima y en producción; esto puede beneficiar en cuanto información en el proceso de exportación de este tipo de mercancía que puede servir de apoyo conforme a la investigación de mercado en la cantidad de oferta y demanda que podemos ofrecer como país productor y así el cómo nos beneficiamos al meternos en la competencia en el mercado, en base al conocimiento de este proyecto que ayudará a una visión más amplia y de utilidad como referencia a las exportaciones aunque está enfocado hacia Canadá puede ser útil en cuestión del proceso de exportación en caso de que se desee exportar hacia otro país.

En base a esta tesina se consideraron varios factores a detalle considerando las ventajas y desventajas, enfocándonos en la primera mencionada podría decir

como lo he comentado en líneas atrás en tener como oportunidad de expandir esta área del producto mexicano como es la joyería de plata, aunque hay diversas áreas en la que el país es fuerte en exportación, como país debemos ampliar nuestro catálogo exportando productos esta área tiene mucha oportunidad fuera de nuestro país.

Ahora si podemos mencionar alguna desventaja esta sería que no son muchos exportando plata, solo es un sector muy específico en nuestro país. Como consejo debemos ser más productores que se animen a entrar a nivel de exportación, no solo para crecer como empresa sino también por la satisfacción que al final termina siendo que algo producido en nuestro país se tenga la oportunidad de traspasar las fronteras. Es por eso que debemos ampliar nuestra visión hacia un futuro donde México puede ser un país exportador de gran calidad.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un proyecto de exportación, que servirá para exportar joyería de plata de Taxco, Guerrero, para enviarlo al mercado canadiense.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Explicar el proceso actual de la joyería de plata, además de conocer la diversidad de joyería mexicana en el país y darla a conocer más allá de nuestras fronteras, incluyendo el cuidado de la joyería de plata.
2. Conocer el proceso de la exportación desde el puerto de Lázaro Cárdenas hacia Canadá.
3. Investigar el mercado meta, definiendo todos los aspectos de la logística, así como la estructuración de imagen de la empresa exportadora.
4. Dar a conocer las estrategias de mercadotecnia y ventas para atraer al cliente e identificar las ventajas y desventajas del negocio, además de describir los factores que influyen en la demanda de los productos que influyen en este tipo de negocio.
5. Realizar un análisis financiero para determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto de exportación de joyería de plata e identificar a los elementos de factibilidad para poder invertir en él.

CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES GENERALES

En el presente capítulo se lleva a cabo el conocimiento sobre las características, clasificación usos distintos, así como aplicaciones sus ventajas y desventajas del producto, así como su producción. Cabe mencionar que cada una de los subtemas se tallara información de importancia para el conocimiento y así cumplir con una buena exportación de producto la plata es uno de los metales más bellos por su valor y diversidad de diseños con los cuales se pueden hacer un sinfín de collares, anillos, pulseras, esclavas, entre otros más. Resulta ser atractivo para los consumidores en este caso fuera de nuestro país, México.

1.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

La joyería es uno de los regalos más populares en todo el mundo sobre todo España aprovechando la poca lealtad que tienen hacia las marcas, el consume de artículos de joyería sigue un camino igual a los artículos de lujo. Las joyas están elaboradas a base de plata, con combinaciones de piedras sami preciosas, diseñadas acorde con los tiempos actuales y sus tendencias. Así mismo las joyas resaltaran la cultura mexicana en la gran mayoría de las piezas porque creemos que podemos llevar una parte de nuestro país en cada pieza (Promexico, 2015).

Los principales proveedores en nacionales se encuentran en la ciudad de México y el estado de guerrero las piezas con las que contamos se encuentran en los estados de guerrero, zacatecas y Jalisco. Joyería de plata ley .925 y .950. Las categorías son: aretes, anillos, collares, pulseras, brazaletes dijes, mancuernillas, pisa corbatas, *money-clips (clips para billetes)*, pastilleros, prendedores llaveros, entre otros. La mayoría de los diseños serán elaborados por artesanos mexicanos de los Estados de Guerrero; así como por productores extranjeros. (Valladares Garcia, 2016)

Conforme el negocio crezca y se tenga una cantidad determinada de clientes, se establecerá. La mercancía con defectos de fabricación podrá ser aceptada para

su reemplazo con la presentación de nota de remisión o factura, Los productos están garantizados contra cualquier defecto de fabricación durante un período de 30 días, después no habrá ningún cambio.



Fig. 1. Muestra de la joyería de plata.

Las joyas estarán elaboradas a base de plata 100% mexicana, con diseños exclusivos, incrustadas de piedras semipreciosas y con una excelente combinación de acuerdo a las tendencias canadienses.

1.2 CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Las joyas de plata que se ofrecen están diseñadas de acuerdo a la tendencia que se está imponiendo en el país español sin perder el toque mexicano, entre los principales productos que se comercializan están:

- pulseras
- aro-anillos
- aretes
- collares
- prendedores
- juego de joyas

Tabla 1. Descripción del producto.

Joyas	Descripción			
	Peso en gramos	Color	Largo	Ancho
Pulsera	18.86	blanco	21.00cms	1.9cms
Anillos	3.63	blanco	0.66 pulgadas	1.70cms
Collares	18.42	blanco	47 cms	2.0cms

La calidad de la joya de plata mexicana es valorada altamente en los consumidores canadienses que no dejan de comprarla, coinciden que importan a Toronto joyería de Taxco, Oaxaca y Chiapas, existen pequeñas empresas que se dedican a exportar plata hacia ese país comprándoles a los artesanos en pequeñas cantidades y vendiéndolas por medio de una firma de comercializadora, en Toronto una ciudad multicultural también se vende la plata italiana, china y peruana pero las importadoras afirman que al canadiense le gusta la plata mexicana porque es de muy buena calidad y pagan por ello, lo bonito del negocio es que a toda la gente canadiense o europeos les gusta la plata mexicana porque es una de las mejores a nivel mundial según investigación con importadoras. Según el mercado y los clientes pueden duplicar o triplicar el precio de esta joyería (Pulso SLP, 2016).

1.3 USOS Y APLICACIONES

Su maleabilidad, su reflectividad y brillo hacen que la plata sea una opción hermosa para la fabricación de joyas. Debido a que es tan blanda la plata es aleada a metales comunes como el cobre como la de ley .925 que es 92.5% de plata, y 7.5% de cobre. A pesar de que la plata resiste a la oxidación y corrosión, ésta puede manchar, pero con un poco de esmalte puede brillar toda la vida. La plata es una opción popular para fabricar joyería.

La plata es muy conocida por tener diversos usos sin embargo esta amplia gama de usos se puede considerar entre los más importantes la plata posee una serie de propiedades que la hacen un elemento ideal para usos industriales por decir que es un uso aparte de la joyería ya que la plata resulta ser muy atractivo también para

este sector porque es resistente a la corrosión y a la oxidación, pero el sector que sin embargo es de los más demandantes es para el uso personal ya que siendo un metal tan hermoso resulta que las mujeres canadienses son las más exigentes si de calidad se trata ya que para ellas les resulta solo tener la mejor oportunidad para hacer se de este tipo de artículos en especial la joyería de plata mexicana (BullionVault Ltd, 2016).

Las características del mercado meta que compra joyería de plata en Canadá son las siguientes:

- Mujer de 25 a 45 años.
- Renta media-alta.
- Valora el servicio personalizado en el punto de venta.
- La mujer canadiense está calificada como una persona activa altamente desarrollada que busca calidad en cada producto que va adquirir.
- Conoce muy bien sus derechos como consumidor y hace uso de las leyes que lo protegen.

1.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL PRODUCTO

La joyería de plata es muy hermosa y brillante, pero ¿sabemos de los beneficios de usar joyería de plata? Para empezar, sabemos que la plata fue utilizada para fabricar utensilios para el hogar en tiempos antiguos, así que ya sabemos que la plata no hace ningún daño a la salud. Unas de las ventajas que destacan en la plata son las siguientes:

- La plata tiene efectos antibióticos y genera un efecto tóxico sobre algunas bacterias, virus y hongos.
- Mantiene nuestros vasos sanguíneos elásticos y es importante para la formación ósea y la reparación de la piel.
- Cabe destacar que algunos estudios muestran que los anillos de plata pueden reducir los síntomas de la artritis,

- Si bien algunos de los beneficios para la salud que genera la plata están todavía en disputa, es un hecho que es ampliamente utilizada en la fabricación de equipos médicos.

Mencionando sus desventajas estas serían:

- La plata es un metal con un precio volátil, a lo largo de la historia ha sufrido alzas impresionantes, pero también correcciones en su precio muy profundas.
- La plata puede bajar su precio tras su compra. En el momento en que usted realiza una inversión en los metales preciosos, específicamente la plata, es importante reconocer que no existe garantía de que la plata va a seguir subiendo su valor.

Como puede verse todo tiene sus pros y contras sin embargo son más las ventajas que las desventajas de invertir en plata.

1.5 PRODUCCIÓN

La elaboración de joyería y orfebrería fina es un proceso similar para los diferentes productos del giro, aunque las materias primas con que se fabrican y los diseños sean diferentes. A continuación, se presenta una explicación productiva de una empresa artesanal. (Secretaría de Economía, 2021)

- **Diseño:** Proyección del accesorio por parte del diseñador. Partiendo de un diseño plasmado en un dibujo se crea una pieza en cera o metal, el cual sirve para fabricar un molde de caucho o silicona con el que se fabricarán las piezas de bisutería.
- **Recepción y almacenamiento de materia prima:** Se reciben los metales preciosos y las piedras preciosas, se inspeccionan y se aceptan de acuerdo a ciertos criterios de selección. Posteriormente se almacenan.
- **Fundición:** Etapa que consiste en fundir el material metálico y posteriormente vaciar una cuchara de colada en el molde fabricado anteriormente, donde

luego se solidifica. Una vez frío, rompemos el molde y se saca el vástago metálico con todas las piezas conformadas adosadas a él.

- **Trabajos Mecánicos:** En ésta etapa se transforma el material fundido y moldeado en láminas, platinas y alambres de diferente calibre de acuerdo a sus especificaciones. Los subprocesos realizados en ésta etapa son: laminado, el trefilado, desbarbe, limado, pulido, el platinado, la soldadura, el troquelado y la elaboración de resortes y eslabones
- **Electrodeposición:** Es el tratamiento de superficie que consiste en la inmersión de las piezas en baños básicos para su desengrase o decapado mediante un proceso de electrólisis; logrando que se deposite un recubrimiento metálico sobre el metal base.
- **Ensamble:** Consiste en enlazar eslabones, cadenas y accesorios para formar joyas o bisutería; básicamente mediante el proceso de soldadura.
- **Abrillantamiento mecánico:** Se realiza para producir superficies estéticamente atractivas y consta de subprocesos como pulido, diamantado y baño de ultrasonidos.

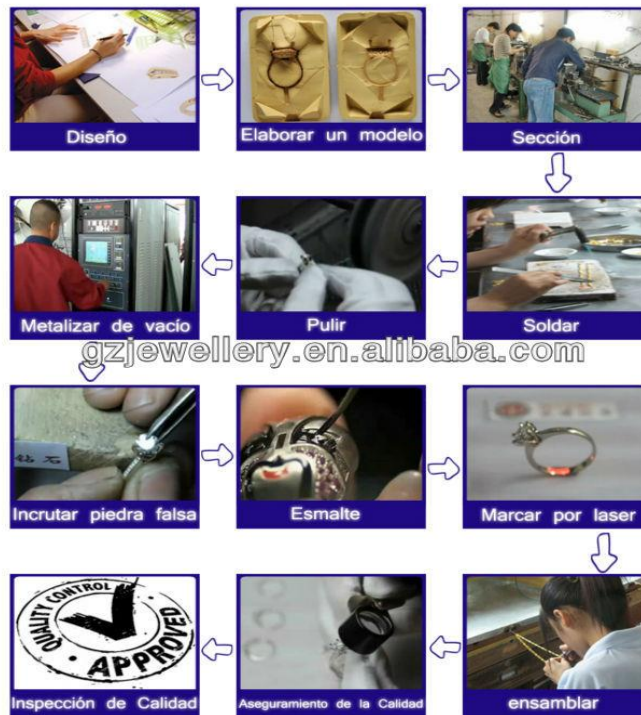


Figura 2. Proceso de producción de la joyería de plata

1.6 CUIDADOS PARA LA JOYERÍA DE PLATA

La plata es un metal que tiende a oxidarse con el uso diario y contacto con el medio ambiente para mantenerlos en buen estado es preciso llevar a cabo ciertos cuidados específicos, aunque pareciera que si quisiéramos no conservar una opción sería no con la plata no es siempre así ya que la plata es un artículo que al traerlo puesto se expone a la fricción y el movimiento, esto le ayuda mucho. Sin dejar de usarlo puedes meterte a nadar o bañarte ya que esto no afecta, esto es un ejemplo de varias recomendaciones ya que si se requiere conservar la joyería y alargar su tiempo de vida debemos de seguir estas recomendaciones detalladamente al pie de la letra.

- La mejor forma de cuidar de su joyería de plata es llevarla con regularidad. De hecho, la grasa de la piel ayuda a mantener la joyería limpia y brillante.
- Si alguna pieza de joyería de plata no se lleva durante mucho tiempo, es importante limpiarla primero con algún paño suave para quitar cualquier sudor que puede que haya manchado su superficie. Asimismo, recomendamos que guarde su artículo de joyería en una bolsa precintada o en el paquete original para evitar oxidación, lo que puede oscurecer su joyería plateada.
- Por favor, evite el contacto con perfumes y con agua con contenido de cloro, sales o químicos agresivos (incluyendo manantiales geotérmicos y de agua caliente), ya que pueden causar reacción química con su joya de plata y hacerla oscurecer.
- Puede utilizar paño especial para plata para limpiar gentilmente la superficie de su joyería de plata o puede aplicar crema de dientes sobre ella usando un trapo suave sumergido en agua limpia. Una vez aplicada la crema de dientes, déjela durante un minuto antes de enjuagarla con agua limpia. Después de enjuagarla, use paño suave y seco para secar su pieza de joyería y la verá brillar como nueva.

- Asegúrese de que usa solo paños suaves para limpiar su joyería de plata. Un paño demasiado áspero puede dejar rasguños o dañar la superficie de su artículo.
- Evite usar lavado plateado para la limpieza de su joyería de plata, puesto que desgastará su superficie.
- Generalmente, lo mejor es quitar su joyería de plata antes de ducharse, bañarse o dormir, y le recomendamos que guarde su joyería en un lugar seco (no húmedo) cuando no la usa (Happiness Boutique, 2021).
- Si las piezas llegan a estar demasiado deterioradas pueden mandarse a un pulido esto en caso de no haber llevado ningún tipo de cuidado y se encuentre la pieza en un daño severo.
- Guardar las piezas no siempre es recomendable apilarlas en el cofrecito de color llamativo por decir guardarlo donde nos de seguridad lo recomendable es que este en una bolsa tipo ziploc con esta se evitará que el aire entre dentro de éstas después de cumplir con esta recomendación se puede guardar donde gusten.
- En caso de que por el paso de los años el uso no se está exento de que la joyería de plata llegue a sufrir un cambio como pequeñas manchas esto puede ser muy común pero la solución es fácil desde casa se puede dar solución solo basta echar agua en una taza con una cucharada de bicarbonato de sodio, con un cepillo de dientes se puede dar una leve tallada y con eso es suficiente para que las manchas puedan irse desvaneciendo.
- Se recomienda tener este tipo de cuidado no solo cuando empiecen a aparecer manchitas en la plata si deseas evitar esto y prever con anticipación puedes seguir la recomendación de limpiarlas en casa cada 6 meses.

Sin duda el cuidado de la plata no es algo tan complicado de seguir siempre y cuando no se deje a la decidia y no nos esperemos a empezar a ver las consecuencias del descuido, esta es una de las ventajas que tiene la joyería de plata ya que la limpieza se puede hacer desde casa y no tiene un costo muy elevado y

podemos seguir disfrutando y luciendo nuestros artículos brillantes y relucientes como si fueran nuevos siempre.

1.7 CONTROL DE CALIDAD.

La joyería de plata es un artículo muy demandante sin embargo podemos toparnos con algunos casos donde la plata termina siendo solo una aleación de otros metales, aunque su brillo color y otras características similares hagan pasar estos productos como si fueran plata original en ocasiones nos dejamos llevar por la impresión o por el hecho de que desconocemos ciertos controles de calidad, aunque es muy sencillo darnos cuenta cuando nos familiarizamos con el producto.

En los últimos años se ha incrementado en un número considerable la fabricación de artículos hechos pasar como joyería de plata cabe mencionar que para las exportaciones de México hacia cualquier parte del mundo se están empezando a llevar un control de calidad tanto como en pruebas de laboratorio y como también con los fabricantes de origen que compartan recomendaciones para que el comprador pueda darse cuenta de la autenticidad del producto que están comprando es necesario conocer los diferentes tipos de aleaciones más comunes de la plata y su uso.

- Plata estaño. Es la que utilizan los dentistas para sus empates siendo esta una aleación de 60 partes de plata pura y 40 partes de estaño con algo de mercurio.
- Plata plomo. Esta aleación tiene aplicación en la industria ya que estos se unen muy fácilmente siendo una mezcla homogénea mientras otros permanecen líquidos.
- Plata cobre. Con aleación 0.925(plata Stirling), se funde alrededor de 850°C. las aleaciones de la plata tienen muy poca facilidad de trabajarse al frío y es importante que después de cada deformación al frío se haga reconocido.

En cuestiones de laboratorio existe una ley llamada ley de plata, esta ley tiene un enfoque en la pureza de este tipo de joyas de plata que está relacionada con el grado de concentración que la joya tenga. Quiere decir que la plata pura, por ejemplo, tendría un porcentaje del 99.99%, mientras que lo que se conoce como *plata ley* sería la cantidad de plata encontrada en una joya de este metal precioso (Wicks, 1996).

Esto nos garantiza a los exportadores el conocimiento del producto sea plata pura o y no pueda ser confundida con algún tipo de aleación con otro metal y su calidad se efectiva y de confianza al cliente final estos filtros de calidad nos garantizan la credibilidad y autenticidad de las joyas en el mercado extranjero y se puedan manejar exportaciones más exitosas (Funes, 2020)

En busca de encontrar estándares nos encontramos en el mercado virtual en la tienda Amazon donde se argumenta lo siguiente, Los vendedores están obligados a cumplir con los requisitos aplicables sobre sellado y marcado de calidad de los metales tanto de Estados Unidos como de Canadá; además, deben proporcionar una correcta información sobre el contenido de metal en sus listings de productos. En las secciones siguientes, se proporcionan detalles adicionales sobre los requisitos del contenido de metal.

1. Al tasarlos, todos los productos de plata de ley deben contener un 92,5 % de plata. Para productos normales de plata de ley (sin soldaduras), la tolerancia es de +/- 0,002. Si presentan soldaduras, la tolerancia es de +/- 0,006.
2. Al tasarlos, todos los productos de moneda de plata deben contener un 90,0 % de plata. Para productos normales de plata de ley (sin soldaduras), la tolerancia es de +/- 0,002. Si presentan soldaduras, la tolerancia es de +/- 0,006.
3. La pureza de la plata (por ejemplo, 500, 750, 850, 925) debe indicarse claramente al publicar un producto como plata.

4. Ciertos accesorios de joyería en plata están exentos de consideraciones de tasación, por ejemplo, los pasadores, las lengüetas de seguridad de los cierres, etc. Se pueden usar pasadores de níquel.

Esto lo podemos tomar como un punto de comparación entre los estándares más comunes en los canadienses en específico. (amazon seller central, 2020)

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.

En este capítulo conoceremos el marco teórico, así como el procedimiento aduanero, la documentación necesaria para realizar la exportación, el conocimiento de cómo ir la mercancía en su empaque y embalaje necesario para que la mercancía llegue en buen estado a su destino es muy importante que lo que se utilice proteja muy bien la joyería, y daremos a conocer su clasificación arancelaria y el INCOTERM que se utilizara para la exportación todo este capítulo hecho en este marco teórico.

2.1. MARCO LEGAL Y JURÍDICO

Conocer y cumplir con las leyes aplicables a nuestra actividad, nos proporciona tranquilidad, satisfacción y seguridad. Existen diversas fuentes de información y leyes a las cuales apearse pero la Secretaría de Relaciones Exteriores se dio la tarea de proveer a cualquier interesado el Manual de Exportación a Canadá en donde se señalan todo lo competente al exportador como las generalidades del mercado canadiense, su sistema comercial, estándares y leyes importantes tanto de México como de Canadá entre las cuales se denotan principalmente las siguientes: (Carreón Villanueva, 2017)

- Leyes fiscales. Estar inscritos en el Registro Federal de Contribuyentes, llevar contabilidad, presentar declaraciones, expedir comprobantes fiscales y pagar impuestos.
- Ley de Propiedad Industrial. Registro de marca y nombre comercial, licencia o autorización para uso de marcas registradas. No a la piratería o a réplicas de diseños ajenos.
- Ley Laboral. Protección de los derechos de los trabajadores, celebración de contratos, cumplimiento de prestaciones, finiquitos o renunciaciones ratificadas ante la autoridad.

- Ley de protección de datos personales. Tener a la vista el Aviso de Privacidad. Respetar a los derechos de acceso, rectificación y oposición de datos. Proteger y resguardar la información.
- Ley Federal de Protección al Consumidor. Esta ley protege a los consumidores de posibles prácticas comerciales que causen perjuicios en la adquisición de bienes.
- Ley Anti lavado. Inscripción en el registro de actividad vulnerable para operaciones mayores a 805 SMMDF. Identificación de clientes y presentación de avisos por operaciones en efectivo Superiores a 1,605 SMMDF. Apertura de expedientes de clientes y elaboración de manual.
- Traslado de joyería. No existe límite en el monto de traslado. Debes llevar carta de porte o consignación debidamente requisitada, identificación oficial y tu credencial de Cámara de Joyería.

2.1.1 Constitución de los Estados Unidos Mexicanos

La Constitución Política otorga facultades al Congreso de la Unión para legislar en materia de comercio y, por esta razón, la Ley General de Sociedades Mercantiles, en sus artículos 1º y 212, incluyó a las cooperativas, aunque aclara que se regirán por su legislación especial. El Ejecutivo podrá ser facultado por el Congreso de la Unión para aumentar, disminuir o suprimir las cuotas de las tarifas de exportación e importación, expedidas por el propio Congreso, y para crear otras, así como para restringir y para prohibir las importaciones, las exportaciones y el tránsito de productos.

Artículo 131. Es facultad privativa de la Federación gravar las mercancías que se importen o exporten, o que pasen de tránsito por el territorio nacional, así como reglamentar en todo tiempo y aún prohibir, por motivos de seguridad o de policía, la circulación en el interior de la República de toda clase de efectos, cualquiera que sea su procedencia.

El Ejecutivo podrá ser facultado por el Congreso de la Unión para aumentar, disminuir o suprimir las cuotas de las tarifas de exportación e importación, expedidas por el propio Congreso, y para crear otras; así como para restringir y para prohibir las importaciones, las exportaciones y el tránsito de productos, artículos y efectos, cuando lo estime urgente, a fin de regular el comercio exterior, la economía del país, la estabilidad de la producción nacional, o de realizar cualquiera otro propósito, en beneficio del país. El propio Ejecutivo al enviar al Congreso el Presupuesto Fiscal de cada año, someterá a su aprobación el uso que hubiese hecho de la facultad concedida (DOF, 2019).

2.1.2 Ley Aduanera

La ley Aduanera tiene por objetivo regular a quienes introducen mercancías al territorio nacional o las extraen del mismo ya sean sus propietarios o poseedores, destinatarios, remitentes, apoderados, agentes aduanales o cualquiera que tenga intervención en la introducción, extracción de bienes dentro y fuera del territorio nacional, en este caso nos enfocaremos en los artículos de la ley aduanera que respaldan una exportación son: el *artículo 23* que indica que toda mercancía que se deposite ante un recinto fiscalizado debe de asignársele un régimen aduanero para su despacho del mismo.

El *artículo 36* de esta ley dice que quienes importen o exporten están obligados a presentar ante la aduana un pedimento en la forma oficial aprobada por la secretaria en caso de que las mercancías estén sujetas a RRNAS deberán presentar el cumplimiento de manera electrónica, el pedimento debe mostrar la firma electrónica del descargo de los documentos que amparen dicho cumplimiento. El *artículo 37* menciona en un enfoque a las empresas maquiladoras que deseen exportar varias operaciones de un mismo exportador mencionando el pedimento consolidado.

El *artículo 54* de esta ley hace mención que para las operaciones de importaciones y exportaciones el agente aduanal por cual mediante dé el estamos

obligados a efectuar el despacho debe de ser responsable de la veracidad de los datos y de la información proporcionada así como la correcta clasificación arancelaria, asegurándose que en este caso el exportador cuenta con los documentos que acrediten las obligaciones en materia de regulaciones y restricciones no arancelarias, de lo provisto por esta ley y las demás leyes y disposiciones aplicables (DOF, Cámara de Diputados, 2020).

2.1.3 Ley de Comercio Exterior

Esta ley tiene por objetivo regular y promover el comercio exterior, incrementar la competitividad nacional, propiciar el eficiente uso de los recursos productivos del país, integrar adecuadamente la economía mexicana con la internacional y defender la planta productiva del país de prácticas desleales. Los artículos que tienen como soporte la exportación son El artículo 14 de esta ley facilita la emisión de permisos previos para la importación; así como el 16 que se especifica de igual manera los cupos y permiso previos hacia maquilas; el artículo 95 que dice que lo regímenes definitivos se sujetarán al pago de impuestos, cuotas compensatorias, así como las demás obligaciones en materia de regulaciones. El artículo 102 el régimen definitivo (DOF, Cámara de Diputados , 2006).

2.1.4 Ley de Impuestos Generales de Importación y Exportación

Este documento asegura que esta ley este es el instrumento más importante de comercio exterior en el país cumpliendo con dos objetivos simultáneamente establecer las tasas de los aranceles a la importación y a la exportación de mercancías en nuestro país, y crear una base de clasificaciones estos impuestos son normativas al comercio exterior, es decir regulan la entrada y salida en el territorio nacional. El 01 de julio del 2020 se publicó en el DOF la nueva LIGIE (sexta enmienda) que actualiza y moderniza uno de los instrumentos más importantes para el comercio exterior mexicano a través de ella México no modifica aranceles y no impacta en regulaciones y restricciones no arancelarias (DOF, Cámara de Diputados, 2020).

Los impuestos que le correspondería pagar a la exportación de la joyería de plata se muestran en la tabla 2 a continuación:

Tarea 2. Tarifas de impuestos a la exportación de joyería de plata.

			Frontera			
	Resto del Territorio		Franja		Región	
UM: G	Arancel	IVA	Arancel	IVA	Arancel	IVA
Importación	15	16%				16%
Exportación	Ex.	0%				0%

2.1.5 Tratado de Libre Comercio

La firma de acuerdos de TLC tratado de libre comercio que México ha celebrado con varios países del mundo, abre la oportunidad a las empresas productoras de artículos de regalo, joyería fina de plata y artesanías entre otras de participar en mercados internacionales con preferencias arancelarias y en algunos casos con arancel cero para su internación en su país destino, la seguridad en el traslado de mercaderías a su país destino el cual deberá ser protegido por el empaque que en su caso de ser de una forma resistente para que llegue con excelentes condiciones y un buen cuidado durante la exportación (Cofide, 2020).

En este caso con el cambio al T-MEC, este acuerdo surge para sustituir al tratado de libre comercio de América del Norte, más conocido como NAFTA o TLCAN, cuyo objetivo era facilitar el comercio exterior en México. Este nuevo tratado continúa enfocado en su antecesor no obstante las disposiciones modifican parcialmente el tratado anterior por decir en la industria automotriz el objetivo que los automóviles permanezcan libres de aranceles y con un 75% de sus componentes podrán producirse en cualquiera de los tres países por menciona uno de los sectores más beneficiados.

Sobre su caducidad tras muchas negociaciones este tratado llegó a un acuerdo el pacto comercial tendrá una duración de 16 años y si después de este periodo sus integrantes deciden extenderlo podrán hacerlo, durante este lapso los

tres países deberán reunirse cada seis años para realizar un análisis de su evolución; el T-MEC da acceso a uno de los mercados más poderosos, es algo que fomenta la inversión extranjera y el comercio exterior, propiciando consecuentemente una mayor tasa de ocupación laboral y colaborando con el desarrollo del país.

El T-MEC brinda oportunidad para que la región pueda ser más competitiva y esperamos a que siga contribuyendo con el crecimiento de América del Norte, así como lo hizo su antecesor y seguir aprovechando sus beneficios para el país. El pacto comercial reemplaza al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y, de acuerdo Samuel Campos, director para la zona Bajío de Newmark Knight Frank (NKF) y Kenneth Smith, ex jefe negociador de la modernización del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Canadá y México (T-MEC) y Socio de la firma consultora Agon, México podría aprovechar el acuerdo para atraer inversión extranjera (Escudero, 2020).

Por su parte, Kenneth Smith, consideró que la entrada en vigor del T-MEC modernizará el entorno actual del comercio para la región de América del Norte, luego de permanecer 25 años sin cambios. Consideró que es importante que México logre convencer a Estados Unidos y Canadá, que gracias al T-MEC y la fortaleza que éste genera en materia de cadenas de producción en la región, nuestro país garantiza su lugar en el perímetro de la producción de América del Norte y que las empresas estadounidenses, canadienses o de cualquier parte del mundo que inviertan en México no es offshoring, es nearshoring, es formar parte de esta comunidad norteamericana que va a ayudar a fortalecer la competitividad de la región.

2.2 PROCEDIMIENTO ADUANERO

En el procedimiento aduanero es muy importante conocer los documentos necesarios para la exportación. El despacho aduanero es el conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada y salida de mercancías del territorio nacional, fundamentado en el artículo 35 de la Ley Aduanera, que deben realizarse ante la

aduana y que involucran a consignatarios, tenedores en las importaciones y remitentes en las exportaciones. Por ejemplo, cuando una mercancía aterriza en México, llega a almacenes fiscalizados que sirven para almacenar todo lo que está en trámite de importación y esperar su despacho aduanero. Es decir, las mercancías que llegan a este almacén no se han introducido formalmente en el país, sino que son resguardadas.

Las funciones del proceso del despacho aduanero son para que, si alguna persona física o moral importa o exporta cualquier tipo de mercancía, deberá contratar a un agente aduanal, quien será responsable junto con el contratante de:

- Otorgar veracidad y exactitud a los datos e información suministrados en el pedimento.
- Asignar la determinación del régimen aduanero de las mercancías y la correcta clasificación arancelaria.
- Pagar las contribuciones al comercio exterior.
- Asegurar que el importador / exportador cuente con los documentos que acrediten el cumplimiento de las obligaciones que en materia de regulaciones y restricciones no arancelarias rijan para dichas mercancías (Grupo Ei. Comercio Exterior, 2018).

Los pasos del despacho aduanero son los siguientes:

1. Liberación de guías ante líneas aéreas. Se refiere al conocimiento de embarque o guía aérea, el documento que describe quién manda, a quién envía, peso, qué es y todos los detalles de lo que se desea importar.
2. Revisión física de la mercancía. En el almacén se verifica detenidamente que las cosas declaradas son las que realmente sean las enviadas. Se trata de cotejar la información en cuanto a características y cantidad importada, ya que no deberían traer mercancías de más ni menos.
3. Elaboración de pedimento. El pedimento es la papeleta que se necesita para que la mercancía pueda pasar por un semáforo fiscal. Este documento es el

oficial para presentar la solicitud de la mercancía, quién importa, fechas, facturas, todo se traduce en una fracción arancelaria, hecha por un clasificador, para saber qué tipo de mercancía es. No todas las mercancías pagan lo mismo, algunos no pagan, otros pagan 5 o 20%, y si este proceso no se realiza correctamente, se incurre en evasión de impuestos.

4. Solicitud de impuestos. Toda mercancía conlleva impuestos: se deben pagar los derechos de importación. Para introducir mercancía, se está obligado a pagar por ello.
5. Solicitud de mercancía. Esta solicitud te entrega las mercancías, pasas al semáforo fiscal y define si se revisan o pasas libremente. No a todas las mercancías les toca luz roja, pero todas pasan a los rayos gama. Una vez que se hace lo anterior, la mercancía está liberada y se puede hacer uso de ella.

2.2.1 Registro Federal de Contribuyentes

En México, es necesario contar con el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) para poder facturar electrónicamente (a través de CDFI), solicitar certificados y/o permisos, o realizar trámites necesarios para la exportación, acceder a devoluciones, compensaciones de impuestos o ciertos beneficios de programas gubernamentales. El interesado puede inscribirse en el RFC como persona física con actividad empresarial o en alguna de las modalidades de persona moral (organización empresarial), las cuales deben valorarse tomando en cuenta el giro del negocio, el número de socios, su aportación y responsabilidad.

El trámite para inscribirse en el RFC inicia por Internet, en la página www.sat.gob.mx; allí se llena una pre-solicitud y se indican los documentos a presentar en la Administración Local de Asistencia al Contribuyente del Servicio de Administración Tributaria (SAT), que corresponda al domicilio fiscal del interesado (persona física o moral) (SAT, 2015) (Ver Anexo 1 RFC).

2.2.2 Factura Comercial

La factura comercial es un registro de la transacción entre el exportador y el importador, es decir un documento legal emitido por el vendedor (exportador) al comprador (importador) durante la transacción internacional y funciona como una prueba de la venta entre comprador y vendedor. Una vez que los bienes están disponibles, el exportador emite una factura comercial para cobrar al importador por los bienes. Los datos mínimos generalmente incluyen lo siguiente:

- Información del exportador y del importador (nombre y dirección)
- Fecha de emisión
- Número de factura
- Descripción de los productos (nombre, calidad, etc.)
- Unidad de medida
- Cantidad de bienes
- Valor unitario
- Valor total del artículo
- El valor total de la factura y la moneda de pago. El importe equivalente debe indicarse en una moneda libremente convertible en euros u otra moneda de curso legal en el país de la UE de importación.
- Las condiciones de pago (método y fecha de pago, descuentos, entre otros)
- Los términos de entrega de acuerdo con el Incoterm apropiado
- Medios de transporte

La factura comercial detalla el precio, el valor y la cantidad de las mercancías vendidas. También debería incluir detalles de las condiciones de la compraventa acordadas entre el comprador y el vendedor como las condiciones de pago, el coste del seguro (si lo hay) y el coste del transporte marítimo. Se debe presentar una declaración de valor en aduana a las autoridades aduaneras cuando el valor de los bienes importados sea superior a € 20,000. La declaración de valor en aduana debe redactarse de conformidad con el formulario, no podemos dejar de mencionar el

riesgo de no llenar correctamente la factura comercial Rellenar con exactitud la factura comercial es un requerimiento legal. En caso contrario, podrían producirse complicaciones como largos retrasos y algún extra costo.

Además, dado que la factura comercial también se usa para declarar el valor de la mercancía ante las aduanas, cualquier error en la información podría conducir a una estimación incorrecta de los impuestos y aranceles a pagar y a las implicaciones legales que dicha situación conlleva. (ver Anexo 2 factura comercial). (containers, 2019)

2.2.3 Conocimiento de embarque (B/L)

Esto es emitido por la compañía naviera al expedidor que opera, confirmando que los bienes han sido recibidos a bordo. De esta forma, el conocimiento de embarque sirve como comprobante de recepción de los bienes por parte del transportista, lo que lo obliga a entregar los bienes al consignatario es decir El Bill of lading es probablemente el documento más importante de un envío de transporte marítimo. Dicho de forma simple, un Bill of lading es un contrato legal de transporte de la carga. Contiene detalles del envío, fechas, partes implicadas, entre otros.

El shipper listado en el house BL es normalmente el shipper o exportador real del envío, y el consignee es el que lo recibe o el comprador. El notify podría ser el mismo que el consignee o cualquier otra figura, Todos los campos del master Bill of lading y el house Bill of lading, incluyendo información sobre el barco, descripción de la carga, número de precinto, peso, número de contenedores, fecha de salida, etc., deberían ser iguales. Los únicos campos con datos diferentes deberían ser los de shipper, notify, consignee, y dirección de recogida.

Entre la información clave podemos destacar la siguiente (Cofide, 2020) (ver Anexo 3 BL). Contiene la siguiente información:

- Los detalles de los productos
- El recipiente

- El puerto de destino.

2.2.4 Lista de empaque

La lista de empaque (P/L) es un inventario de la carga entrante requerida para el despacho de aduana y que acompaña a la factura comercial y los documentos de transporte. es un documento necesario para exportar a otros países desde México. Pertenece a los documentos logísticos, que se usan por parte de la empresa. La lista de empaque, también conocida en inglés como packing list, nos sirve para tener un respaldo de las mercancías que se han cargado en el contenedor. Es decir, es una lista de todo lo que contiene un tráiler, contenedor o camioneta. Se usa normalmente de modo informal, como documento interno para la empresa logística. Sin embargo, en México tiene mucho peso legal, por lo cual hay que preparar esa lista de empaque para la exportación.

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

En la lista se indicará la cantidad exacta de los artículos que contiene cada caja, bulto, envase u otro tipo de embalaje. En cada uno se deben anotar, en forma clara y legible, los números y las marcas que lo identifiquen, mismos que deben relacionarse en la factura, escribiéndose al lado la descripción de cada una de las mercancías que contiene. Se debe procurar empacar junta la mercancía del mismo tipo, ya que esto simplifica la revisión en la aduana y se evita que ésta sea más profunda (transporte mx, 2015).(Ver Anexo 5 lista de empaque)

Este documento que permite a todas las personas involucradas en el trámite de exportación identificar la mercancía; para lograr esto es necesario un empaque

cuidadoso que coincida con lo indicado en la factura. Esta lista sirve para garantizar al exportador que durante el traslado de sus mercancías se tendrá un documento que identifique el embarque completo, de esta manera y en caso de percance se podrá hacer sin dificultad alguna las reclamaciones que correspondan a la compañía de seguros. (Ceballos A. , 2021) Por lo general, incluye lo siguiente:

- El exportador, el importador y la empresa de transporte
- Fecha de emisión
- Número de la factura del flete
- Tipo de embalaje (tambor, caja, barril, etc.)
- Número de paquetes
- Contenido de cada paquete (descripción de los productos y número de artículos por paquete)
- Marcas y números
- Peso neto, peso bruto y medición de los paquetes
- No se requiere una forma específica.

2.2.5 Certificado de origen.

En el tema del Comercio Exterior existen diferentes documentos que son esenciales para realizar actividades de importación, exportación, traslado de mercancías, entre otros. El certificado de origen (o prueba de origen) es el documento que permite a un importador o exportador manifestar el país o región de donde se considera originaria una mercancía, ya sea por que ésta haya sido obtenida en su totalidad (vegetales, animales y minerales) o que haya sido suficientemente transformada, integrándole a través de procesos productivos el suficiente valor agregado para considerarlo como totalmente fabricado de dicho país o región.

Por lo anterior, este documento es necesario para que un importador ubicado en México o en el extranjero obtenga la preferencia arancelaria negociada en un Tratado o en un Acuerdo comercial suscrito por México, ya sea un certificado de

origen o una declaración en factura. Así mismo, dada la importancia que representa el contar con el documento que compruebe el origen de las mercancías adquiridas en mercado nacional, las empresas se encuentran en un proceso de implementación de controles, reportes y declaraciones de origen, que les permita confiar en su cadena de abastecimiento, permitiéndoles la oportunidad de expedir certificados de origen a sus clientes ubicados en el extranjero.

Este certificado no es un formato único aplicable de forma general a todos o varios trámites, por el contrario, se establecen un tipo de certificado para cada necesidad o exigencia dentro de los tratados o acuerdos comerciales firmados por México con otros países. (Cofide, 2020) (Ver Anexo 4 certificado de origen).

2.3 EMPAQUE Y EMBALAJE

Los estuches para las joyas de plata poseen en su interior acolchonado y cubierto con tela suave para una mayor protección de la joya, también estará forrado con telas suaves o afelpadas que poseen distintos métodos para guardar cadenas, anillos, pulseras y todo tipo de joyas; en el exterior del estuche el material es más rígido también puede ser del mismo material. Los materiales de acondicionamiento y embalaje para artículos de joyería son: bolsas de burbujas de aire comprimido (burbopack), láminas de burbujas de aire comprimido (en caso necesario, para evitar golpes y raspaduras por vibraciones), cajitas de cartón cartulina.

Para el embalaje se usan cajas de cartón doble corrugadas y cinta de embalaje, el proceso acondicionamiento y embalaje recogido de algunas empresas es muy sencillo y el flujo es el siguiente: Las joyas son introducidas en bolsitas Bolsas de plástico Ziploc. Se coloca en el fondo una lámina de burbopack, sobre una caja plástica o de cartón, sobre la cual, se acomoda las bolsitas que contienen las joyas, formando una capa. Sobre esta se coloca una lámina de burbujas de aire “burbopack”, se acomodadora capa de bolsitas conteniendo las joyas, así, hasta llenarla. Finalmente, se cierra caja y se coloca dentro de una caja de cartón corrugado y se sella. Es unitarizada porque utiliza el mismo tipo de embalaje,

pudiendo ser uniforme o heterogénea, y que al juntarse dan un aspecto de unidad (López López, 1993).



Figura 3. Muestra del embalaje

2.4 CLASIFICACION ARANCELARIA

Las Joyas de Plata que se pretende exportar tienen la siguiente partida arancelaria 7113110000, dicha partida acumuló un valor FOB. A la exportación El AA que despache esta mercancía, al prestar el servicio, a partir del 17 de enero de 2014 (Circular T-231/13) deberá presentar a la SHCP el Aviso correspondiente, para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 18 fracc. VI de la Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita. Su incumplimiento podría originar cancelación de la Patente de A.A, conforme el Art. 59 de la citada Ley. (Cofide, 2020)

Existen algunas restricciones a la Importación: El AA que despache esta mercancía, al prestar el servicio, a partir del 17 de enero de 2014 (Circular T-231/13) deberá presentar a la SHCP el Aviso correspondiente, para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 18 VI de la Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita. Su incumplimiento podría originar cancelación de la Patente de A.A, conforme el Art. 59 de la citada Ley:

- Sección XIV: perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas
- Capítulo 71: perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de estas materias
- La fracción arancelaria es: 7113.11.01.00

Tabla 3. Clasificación arancelaria de la joyería de plata.

Sección:	XIV	Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas
Capítulo:	71	Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas
Partida:	7113	Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaque).
		- De metal precioso, incluso revestido o chapado de metal precioso (plaque):
SubPartida:	711311	-- De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaque).
Fracción:	71131101	Sujetadores ("broches") de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso.

2.5 INCOTERM

Los incoterms es un conjunto de internacionales, regidos por la cámara de comercio internacional, que determinan el alcance de las clausulas comerciales incluida el contrato de compraventa internacional, los incoterms se denominan también cláusulas de precio pes cada termino predetermine los elementos que lo componen. La selección del incoterms influye sobre el costo de contrato. El propósito

del incoterms es el de promover un conjunto de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el comercio internacional.

Los incoterms determinan:

- El alcance de precio
- En qué momento y en donde se produce la transferencia de riesgos Sobre la mercancía del vendedor hacia el comprador
- El lugar de entrega de la mercancía
- Quien contrata y paga el transporte
- Quien contrata y paga el seguro
- Que documentos tramita cada parte y su costo

En esta exportación el incoterms que se utilizará será el FOB (fre on boar) librea bordo (puerto de carga convenido). La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto. El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores (Ceballos L. , 2020).

Las obligaciones del vendedor en el incoterms seleccionado para esta exportación son las siguientes:

- Entregar la mercancía y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete de (fabrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

Las obligaciones del comprador son las siguientes:

- Pago de la mercancía

- Flete y seguro (de lugar de exportación a lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Lugar de importación a planta
- Demoras
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)

CAPÍTULO 3. INVESTIGACION DE MERCADO

En este capítulo conoceremos el estudio de mercado que se llevó a cabo el país meta se conocerá sus costumbres del lugar región, el poder económico para determinar el nivel de compra, su logística, su localización geográfica, el lugar de donde parte y hacia a donde va, la oferta y demanda de proveedores, la planeación estratégica de la empresa, donde se señala la misión, visión y valores, el organigrama y la organización administrativa, así como el análisis FODA.

3.1 MERCADO META

La calidad de la joya de plata mexicana es valorada altamente por las consumidoras canadienses quienes no dejan de comprarla, coinciden mexicanas que importan a Toronto joyería de plata de Taxco, Oaxaca o Chiapas. Ya sea en pequeñas cantidades o mediante paquetería, la joyería de plata mexicana llega a tierras canadienses y se vende “muy bien”, aseguraron algunas importadoras mexicanas, para quienes la calidad del metal y su delicada elaboración hacen que queden bien con sus clientas.

En Toronto, una ciudad multicultural, se vende también plata italiana, china o peruana, pero las importadoras afirman que “al canadiense le gusta la plata mexicana porque es de muy buena calidad y pagan por ello”, según explicó otra importadora, En promedio recibe tres envíos cada seis meses, alrededor de unas 500 o 600 piezas, mismas que vende en festivales de verano y en promoción en línea el resto del año. Según el mercado y los clientes, las vendedoras de plata pueden duplicar o hasta triplicar el precio de esta joyería. Para unas es su trabajo fijo, para otras es algo temporal o complementario. Corina Expidió también ha comprado en Taxco material y ha elaborado sus propios diseños de joyería, mismos que ha vendido bien.

Tendencias del mercado la joyería son clasificados como productos de regalo y artesanales por lo que los factores influyen en gusto y moda son su principalmente

demanda, tomando en cuenta que el ciclo de vida de una demanda de moda es de 3 a 4 años incluso de algunas tendencias del mercado internacional aunque presentan diferencias muy marcadas entre países ya que su demanda en gusto y moda puede llegar a variar (lifeder, 2006). Hay que tener en cuenta algunos puntos clave para considerar poder tener acceso al mercado los cuales son los siguientes:

- Tendencias de moda. Estas tendencias pueden conocerse a través de ferias tanto nacionales como internacionales, contactos personales con los clientes, contactos personales con comerciantes profesionales, catálogos profesionales, revistas, entre otros.
- El diseño. Está relacionado muy extensamente con el gusto y moda, ya que está sujeto a la demanda de la región o lugar específico considerando el país meta que en este caso es Canadá considerando (costumbres, variedad, gustos y preferencias) se deberán desarrollar líneas diferentes de acuerdo al lugar.
- Precio. Uno de los aspectos más importantes para el mercado es establecer un precio específico para la exportación más adecuado, se tienen que calcular con mucho cuidado considerando el tipo de cambio ya que estos aspectos influyen en la operación comercial.
- La calidad. Esta se define como un conjunto de cualidades específicas del producto o servicio con la finalidad de cumplir y satisfacer las necesidades particulares del mercado, este concepto depende mucho de las condiciones del mercado, de las normas de seguridad, estándares de los productores. El consumidor es exigente en aquellos mercados donde los productores son más competitivos se recomienda a todos los productores conozcan previamente las normas de calidad del mercado meta.

Basándose en las técnicas de diseño y recursos disponibles se recomienda preparar una línea de productos anticipándose a las temporadas, para desarrollar un mejor esquema de comercialización de productos identificados en este sector, una

de las recomendaciones hacia los productores es que actualicen sus líneas de catálogos contante ente cada cierto tiempo definido.

3.2 LOGISTICA

México es un país mundialmente reconocido por su variedad de artesanías y joyería, gracias a la habilidad, creatividad y sensibilidad de su gente. Los diseños precolombinos, la filigrana y la joyería moderna son los productos de mayor demanda en los mercados, En toda la geografía mexicana es posible encontrar tanto talleres como mercados joyeros. Por su tradición hay que destacar la ciudad de Taxco en el Estado de Guerrero, considerada la capital de la orfebrería mexicana. En Taxco, se especializan en la producción de joyería y orfebrería en plata, ocupando el segundo lugar a nivel nacional.

Sin embargo, en los últimos años, la posición de Taxco ha ido perdiendo importancia en el panorama nacional, debido a la modernización e industrialización del sector. Taxco ha orientado su producción hacia diseños modernos y piezas con motivos clásicos y prehispánicos, orientados a la exportación a Canadá (Torres Hernández, 2018). México es un país mundialmente reconocido por su variedad de artesanías y joyería, gracias a la habilidad, creatividad y sensibilidad de su gente. Los diseños precolombinos, la filigrana y la joyería moderna son los productos de mayor demanda en los mercados

3.3 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA

Se encuentra en la zona horaria del Pacífico (UTC-8) y en la Eco zona Marítima del Pacífico. La ciudad forma parte de la península de Burrard y se encuentra entre el entrante de Burrard (al norte) y el río Fraser River (al sur). Para aquellos que no conozcan la zona, puede resultar sorprendente que Vancouver no se encuentre en la isla de Vancouver. Esta ciudad tiene un área de 114,67 km², que incluyen terreno llano y colinas. Vancouver se encuentra rodeado de agua en una zona de clima húmedo, el más templado del país. Aunque en registros históricos

consta que había unos cincuenta arroyos y riachuelos en el área, actualmente sólo quedan cuatro.

La economía de la ciudad ha dependido tradicionalmente del sector primario como resultado de la inmigración causada por la fiebre del oro del cañón del Fraser, y se desarrolló rápidamente para convertirse en un centro metropolitano después de la llegada del Canadian Pacific Railway en 1887. El puerto de Vancouver pasó a tener relevancia internacional cuando se completó el Canal de Panamá, lo cual redujo las tarifas de flete en los años 1920 e hizo viable la exportación de las cosechas de granos de las praderas canadienses a través de la ciudad. (wikipedia, 2006).

3.3.1 Microlocalización

Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución. La micro localización de un proyecto o empresa es la ubicación específica, dentro de una zona macro de mayor alcance, en donde se asentará definitivamente una empresa o proyecto. Hay un dicho que dice que las tres consideraciones más importantes en los negocios son la ubicación, la ubicación y la ubicación. Si se está comenzando una nueva empresa, elegir la localización adecuada es fundamental; se quiere estar cerca de los clientes.

La ubicación de la empresa en zona nacional es en la Cd de Lázaro Cárdenas zona industrial calle volcán malinche 219^a, cubriendo las necesidades específicas que cubre este negocio son sociales, es decir de imagen ya que los productos permitirán estar a la moda con diseños elaborados en su mayoría por artesanos y diseñadores mexicanos, así como por productores extranjeros. (lifeder, 2006)



Figura 4. Microlocalización de la empresa.

3.3.2 Macrolocalización

La macrolocalización de un proyecto o empresa consiste en decidir la región más ventajosa donde se ubicará una empresa o negocio; describe la zona geográfica general en la que se va a encontrar un proyecto. Las ciudades y las regiones surgen a través de la simbiosis de beneficios que se generan a partir de la agrupación de empresas y personas. Por tanto, una situación macroeconómica funcional sirve como base para hacer atractivas las ubicaciones de propiedades y, por lo tanto, es un requisito previo para una inversión. Por esta razón, el análisis de la macrolocalización es extremadamente importante. El análisis no es útil solo en el contexto de la decisión a tomar sobre la inversión. Más bien es aconsejable hacer revisiones constantes de la macrolocalización para los inversionistas y propietarios.

Con la zona estratégica del puerto de Lázaro Cárdenas hace una zona competitiva para la exportación de mercancías el Puerto Lázaro Cárdenas es un puerto marítimo joven y dinámico ubicado en la costa del Pacífico Mexicano en el estado de Michoacán. Sus modernas instalaciones están equipadas y calificadas para cubrir con eficiencia, seguridad y productividad las actividades intrínsecas de un puerto industrial y comercial de su magnitud. Las características físicas y geográficas del Puerto Lázaro Cárdenas, en una era donde el comercio marítimo mundial exige a

los puertos ser cada día más competitivos y, ante el crecimiento considerable del flujo comercial.

La macrolocalización de un proyecto o empresa tiene como finalidad encontrar la ubicación más favorable para el proyecto, determinando los indicadores socioeconómicos y características físicas más relevantes, de tal manera que cubra los requerimientos o exigencias que ayuden a disminuir los costos de inversión. De igual manera, esta ubicación encontrada debe contribuir a minimizar los gastos y costos operativos durante todo el período productivo del proyecto.

Se pueden establecer criterios muy específicos para la búsqueda del sitio. Por ejemplo, se puede definir un sitio en una comunidad donde la mano de obra se componga por al menos 25 % de jóvenes menores de 30 años de edad, pero que no sea mayor de 50 %. Se puede especificar un sitio que no esté a más de 10 kilómetros de un determinado proveedor o que no esté a más de un día de distancia de al menos cuatro clientes. Gran parte de esta información relevante está disponible en fuentes públicas. (lifeder.com, 2016).

Ocupando un papel protagónico como punto de enlace entre Asia y Norteamérica llegando a los principales centros de consumo. Teniendo salida de la mercancía por la terminal de contenedores Hutchinson Port en Lázaro Cárdenas. Es una Terminal Especializada de Contenedores que realiza carga y descarga de contenedores por vía terrestre y marítima, así como el manejo, almacenaje y custodia de contenedores ya sea por vía marítima y/o terrestre Cabe destacar que el equipo portuario es de última generación, lo cual permite posicionarse como la terminal más ágil en todo el sistema portuario mexicano, logrando productividades que la posicionan como la segunda terminal más importante de toda América, compitiendo a la par de grandes puertos como el de Long Beach, L.A. y Balboa, Panamá (Hutchison Ports LCT, 2017).

El puerto destino es Vancouver, que es el más grande y concurrido de Canadá y el cuarto puerto más grande de Norteamérica En la actualidad, la industria de la

madera sigue siendo una importante fuente de ingresos, pero Vancouver es también conocido como un centro urbano rodeado de naturaleza, por lo que el turismo su segunda mayor industria.



Figura 5. Trayectoria de la exportación y macrolocaliación.

3.4 OFERTA Y DEMANDA

Los principales proveedores nacionales se encuentran en la ciudad de México y el estado de Guerrero en Taxco. La meta de la empresa consiste en desarrollar una estrategia de participación creciente en un mercado competitivo el cual ha ido evolucionando con el paso del tiempo que nos permita tener un crecimiento a corto, mediano y largo plazo. La fabricación en este sector dominante es el artesanal con un alto contenido de ingenio y creatividad “existen alrededor de 12000 empresas en este sector y generan aproximadamente 150,000 empleos de ellas exportan únicamente el 12%” este sector se considera algo vulnerable por que cuenta con muy poca experiencia empresarial, la inestabilidad económica ha propiciado que se vean afectadas más empresas que conforman este sector del mercado.

Los canales de comercialización en el interior del país están ligados al intermedio local, al mercado regional y las ferias tradicionales, la comercialización de este producto se lleva a cabo en entidades turísticas por que la producción es algo escasa prácticamente existen establecimientos en toda la república mexicana

dedicados a esta actividad. La artesanía moderna tiene que tener ese conocimiento específico en el mercado para poder competir con la sin fin de entidades que se dedican a este sector

Los clientes en este sector México se encuentra en constante crecimiento y su contribución a las exportaciones ya que es significativa, ya que se realizan exportaciones anuales que superan 1,000 millones de dólares por año gradualmente y cada año se integran un número mayor de empresas que se integran a la exportación. Los principales mercados de exportación en el extranjero sin estados unidos y Canadá siendo este uno de los nuevos canales de distribución en estos últimos tiempos. México es un impórtate proveedor de artículos de regalo a Canadá por lo que la estrategia de este mercado es apoyar y permanecer en este sector con desarrollo en nuevos canales de distribución y comercialización hacia Canadá que se exporta un 60% de la producción (González, 2020).

Se registran oportunidades de venta de velas, joyería de plata, artículos de decoración en cerámica, macetas decorativas, juegos de servicio de servilletas y manteles, candelabros y accesorios de hierro forjado. La tendencia al consumo de este sector los productos están muy orientadas al diseño conjuntamente con la utilidad del producto y los altos de como varían a cada mercado. El entorno internacional para este sector de joyerías en el extranjero enfocándonos principalmente en Canadá logro alcanzar un nivel de crecimiento en los últimos años no obstante considerando con años pasados no ha sido un crecimiento como se esperaba y esto por la competencia que se ha ávido generando en los últimos años. Aunado a ello se ha intensificado la competencia en los mercados internacionales es decir se ha intensificado, principalmente por los productos asiáticos, sin contar con las repercusiones de la entrada de China a la OMC.

La competencia internacional. La principal competencia serán los productos importados de procedencia asiática, que se venden en los mercados nacionales a precios muy bajos; así como los europeos que cuentan con modelos exclusivos y diseños muy finos y de alta calidad. Con modelos exclusivos y diseños muy finos y

de alta calidad en donde todas las empresas que participan en este mercado, ofrecen la venta de joyería de plata fina muy similares y a precios similares. Manejan como estrategia de venta la utilización de páginas web con catálogo en línea y la solicitud de pedidos o simplemente información

Un dato muy importante es que México ocupó el cuarto lugar como productor de joyería de plata a nivel mundial, después de India, Italia y Tailandia, participando con el 5% del consumo mundial de plata para este uso. Sin embargo, los productos de India son básicamente de tipo religiosos y de uso interno, por lo que los principales competidores en el mercado mundial fueron en realidad Italia, Tailandia, México, Estados Unidos y Alemania (Pérez Souza, 2012).

3.5 LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La empresa Vanguardia S.A. de C.V. empezó a vender directamente el producto a sus clientes y por lo tanto decide empezar a proporcionar a personas de su confianza la joyería de plata a consignación para que ellas llevaran a cabo la venta del producto, pagándoles el 10% de comisión. El negocio y empieza con inversión propia. Se dedicaba de manera informal al negocio, compraba joyería de plata mexicana a diversos fabricantes y vendía el producto de manera directa a varios clientes locales.

Más adelante, crea una cadena de vendedores a quien les proporcionaba el producto a consignación para que ellos llevaran a cabo la venta de manera directa y se les pagaba una comisión por los productos vendidos que oscilaba entre el 20 al 40% del precio de venta. Conforme ha ido creciendo el negocio y se ha incrementado la demanda por parte de clientes en la Ciudad de México, se ha determinado darle formalidad a la organización, el creador de esta idea decide registrarse inicialmente como persona física con actividad empresarial e introduce al mercado interno joyería de plata de Estados Unidos y Canadá

Actualmente, ya se cuenta con logotipo, empaque, página web, catálogos en CD y catálogos impresos los productos son de alta calidad a precios accesibles el

propósito de estar de acuerdo a las tendencias en el gusto de los compradores mexicanos y extranjeros Para el mercado local se seguirán vendiendo productos de Estados unidos y Canadá, Las piezas mexicanas con las que cuenta la organización están fabricadas principalmente en Taxco, Guerrero. En un futuro la empresa vanguardia s.a. de C.V. se espera que se siga proyectando a mercados internacionales y mantenerse en el ámbito y así sr consolidándose (Ceballos L. , 2020)

3.5.1 Imagen y Logotipo de la empresa

El logotipo es el primer símbolo o elemento gráfico que posibles clientes o consumidores relacionan con una empresa o producto. Les proporciona una primera impresión y, sin duda, debe ser buena. El objetivo del logotipo es conectar a la gente con la marca. No existen reglas para crear un buen logotipo, se considera más bien un arte y todo depende de la creatividad y el poder de expresión del diseñador. Sin embargo, muchos son los diseñadores que se han atrevido a dar consejos y recopilar una serie de principios básicos para conseguir el logotipo perfecto.

Usar los colores y la forma adecuada hará que tu diseño sea fácil de recordar. Mediante los colores se pueden expresar multitud de sentimientos y una combinación de colores perfecta dará sentido al logotipo. Por otra parte, la forma del logotipo también es importante, ya que si es muy difícil de dibujar costará recordarlo o incluso entenderlo a algunas personas (twago, 2010)

- El color rojo. El rojo es un color muy atractivo para el marketing, significa poder, atracción y además hace que la atención del público quede fijada. Algunos de los sectores.
- El color azul. Cuando hablamos del significado de los colores en mercadotecnia no podemos pasar por alto el color azul. Este color es apropiado para empresas que tratan de transmitir calma y confianza, sin embargo, en tonos más oscuros representa elegancia y frescura.

- El color amarillo. El amarillo se ha puesto de moda en el mundo del marketing, la razón es que atrae poderosamente la atención por sí mismo, si bien es cierto que en ocasiones puede llegar a repeler. Muy apropiado.
- El color negro. El color negro también combina con todo en marketing, un color que se puede asociar al drama o a otros conceptos como la elegancia.



Figura 6. Logotipo de la empresa.

3.5.2 Misión

Al hablar misión de la empresa nos referimos a su declaración de principios. En concreto, hablamos de las bases teóricas de una organización: el por qué existe y para qué ha sido creada. Pese a que ambos conceptos están relacionados, hay algunas definiciones que vale la pena conocer: Define la labor o actividad que desarrolla la empresa en el mercado, y en ella se puede especificar además a qué público va dirigido el negocio y cuáles son los factores distintivos al implementarlo (business consulting, 2017).

Las siguientes preguntas ayudan a determinar la misión: ¿Qué hacemos? ¿Cuál es nuestro negocio? ¿A qué nos dedicamos? ¿Cuál es nuestra razón de ser? ¿Quién es nuestro público objetivo? ¿A qué ámbito geográfico de acción apuntamos? ¿Con qué ventajas competitivas contamos? ¿Qué nos diferencia de la competencia?

La misión de la empresa es: *Ser líder en la comercialización de joyería de plata, artículos de plata y bañados en plata realizados por artistas mexicanos y algunos extranjeros, al dar a conocer la calidad y creatividad de sus productos en el mercado nacional e internacional. Contar con los más altos estándares de calidad, servicio y garantía para sus clientes.*

3.5.3 Visión

La redacción de la visión empresarial se ha convertido en una tarea que muchas empresas y organizaciones asumen dentro del marco de su planificación estratégica, pero, ¿Vale la pena invertir tiempo en el planteamiento de una visión empresarial? ¿Qué beneficios les brinda a las organizaciones? Bien, para empezar a responder estas interrogantes me gustaría comentar que hasta el día de hoy no conozco (y si alguien lo conoce avísame) de algún estudio científico que brinde información sobre el impacto que pueda tener una declaración de visión en el desempeño general de las empresas, sin embargo, si miras dentro de cualquier empresa exitosa y escudriñas en sus espacios o hablas con su personal, muy probablemente encontrarás una declaración de visión, o alguna forma similar de orientación a los objetivos de la organización.

La Visión forma parte de ese conglomerado sustancial de la planificación estratégica, de hecho, sin ella, los planes estratégicos no pueden ser delineados correctamente, ya que no existe un principio rector del plan. En corto se podría decir que, es simple y sustancialmente el fin ulterior de una organización a largo tiempo, es el destino al cual se quiere aproximar, es una proyección en el tiempo futuro en la cual se observa a donde se desea llegar (bussines consulting, 2017).

Al iniciar una empresa, o bien al integrarse un nuevo elemento a la misma, la misión y visión deben quedar siempre muy claras. Por otra parte, esta declaración debe ser transmitida a todos los elementos de la organización, para que cada uno de ellos desarrolle su trabajo con pleno conocimiento de los objetivos de ésta. La visión alude al cómo se proyectará la compañía en el futuro. Así, la combinación de visión y misión de la empresa en una sola dirección permitirá posicionarse en un mercado cada vez más competitivo, al tiempo que permite transmitir -tanto a la competencia como a los potenciales clientes- la solidez y organización de la entidad.

La visión de la empresa es: *Desarrollar una estrategia de participación creciente en un mercado competitivo que le permita tener al negocio un crecimiento*

sostenido en el corto, mediano y largo plazo mediante la comercialización de productos de joyería de plata y artículos bañados en plata.

3.5.4 Objetivos

Los empresarios usan varios recursos de administración o técnicas para mejorar las operaciones de negocios de su empresa. Establecer objetivos es una herramienta de administración que crea un objetivo para que alcancen los empresarios. Los objetivos pueden ser metas que abarquen a toda la empresa, en especial para la división de departamentos o expectativas de cada uno de los empleados. Los empresarios casi siempre emplean la gestión de desempeño para tener un seguimiento de los objetivos y analizar la efectividad en general de los logros de la empresa.

Los objetivos llevados a cabo por los empresarios logran mantener el foco en el ambiente del negocio. En vez de usar un texto modelo con oraciones como "haz mucho dinero", los empresarios con objetivos pueden concentrarse en maximizar el potencial de su empresa. Los empresarios pueden también usar objetivos para mantener seguras las financiaciones exteriores de bancos e inversionistas. Los prestamistas e inversionistas desean hacer dinero en capitales de inversiones. Los empresarios con objetivos claros para crear un negocio exitoso fuerte generalmente proveen buenas oportunidades financieras a los prestamistas e inversionistas.

Los empresarios pueden usar los objetivos para crear varias ventajas en el ambiente de la empresa. Una ventaja competitiva es cuando una empresa tiene la habilidad de producir bienes o adjudicar recursos económicos en una mejor manera que otros negocios. Los empresarios que pueden crear una ventaja significativa generalmente incrementan la participación en el mercado de la empresa y las ganancias de los negocios. Aumentar las ganancias le permite a la empresa mejorar y expandir sus actividades, lo que resultará en una mayor participación en el mercado. (Vitez, 2021)

Objetivo general: El objetivo principal a corto plazo de VANGUARDIA, S.A. de C.V. será ser una empresa moderna que promueva, difunda y apoye a los artesanos y diseñadores mexicanos de joyería de plata al dar a conocer la calidad y funcionalidad de sus creaciones Ofrecerá una gran variedad de productos con alta calidad y precios accesibles; así como se mantendrá a la vanguardia de acuerdo a las tendencias en el gusto de los compradores mexicanos y extranjeros. Actualmente se ha iniciado la promoción del producto en el mercado estadounidense y canadiense ya que a largo plazo también se empezará a concentrar en el mercado de exportación del continente americano y europeo. Las ventajas competitivas de la empresa se pueden describir de la siguiente manera:

- Una línea de diseños exclusivos y originales
- Opciones flexibles de pago
- Proporcionar al cliente fotografías de cada uno de sus productos incluyendo una lista de precios por mayoreo y menudeo.
- Ofrecer variados e innovadores productos de plata y bañados en plata

3.5.5 Valores

Los valores de una empresa son el conjunto de principios éticos y profesionales mediante los cuales ésta elige guiar sus actividades y que denotan de alguna manera el espíritu de la misma. Los valores son la “personalidad” de la empresa, ya que resumen en seis o siete conceptos (no se aconseja elegir muchos más) el modo de proceder de la misma. Los valores no deberían reflejar el deseo o la expectativa de los dirigentes o fundadores de la empresa, ni los cometidos puntuales de la misma (todo eso pertenece a su misión y visión), sino los principios éticos reales, actuales, en base a los que se asienta la cultura de la empresa.

¿Porque son tan importantes? Sin unos valores bien definidos y sobre todo bien afianzados en su personal, una empresa tendrá una imagen pública errática o irregular, lo cual se traduce en que su clientela e inversores no sabrán a ciencia cierta qué tipo de conductas esperar de ella. Todo esto va en detrimento de la

credibilidad de la empresa, y en tiempos de redes sociales y fidelización clientelar, pocas cosas son más importantes que convencer al público objetivo de que puede confiar en la organización. No existen valores buenos y malos per se. Simplemente se trata de posturas de cara al ejercicio empresarial que, no obstante, tendrán consecuencias a lo interno y externo de la organización (Raffino, 2021).

Los valores de VANGUARDIA S.A. DE C.V son la honestidad, calidad y profesionalismo. Dar la importancia que se merece al factor humano dentro de la organización para lograr una mayor productividad a través de personal motivado.

3.5.6 Análisis FODA

El análisis FODA, también llamado análisis DAFO o DOFA, consiste en un proceso donde se estudian debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una empresa. De ahí, el nombre que adquiere. Se trata de una herramienta muy importante antes de realizar cualquiera estrategia comercial. En este sentido, para que una empresa lleve a cabo con éxito dicha estrategia, primeramente, deberá conocer la situación presente de su empresa. El objetivo de este análisis, es que la empresa, a partir de la información que obtenga sobre su situación pueda tomar las decisiones o cambios organizativos que mejor se adapten a las exigencias del mercado y del entorno económico

Análisis interno: Se deberán poner en cuestión el liderazgo, la estrategia, las personas que trabajan en la empresa, los recursos que tienen y los procesos. Dentro del análisis interno se deberán analizar las fortalezas y las debilidades que tiene la empresa. Las fortalezas nos dirán las destrezas que tiene la empresa que la hacen diferente de sus competidores. Y, por el contrario, las debilidades nos mostrarán los factores que nos hacen quedar en una posición desfavorables respecto a nuestros competidores.

Análisis externo: Se deberán estudiar el mercado, el sector y la competencia. Dentro del análisis externo, estudiaremos las oportunidades y las amenazas. Dentro de las posibilidades debemos tener en cuenta el posible futuro. Es decir, los nuevos

mercados en los que tiene cabida nuestra empresa. Y, las amenazas nos pueden alertar sobre los factores que pueden poner en peligro la supervivencia de nuestra empresa. (Economipedia, 2020)

Antes de empezar una actividad empresarial, es importante ser consciente de, a partir de los propios recursos, de qué es aquello que se puede realizar y en qué condiciones respecto la competencia. Además, hay que conocer la situación general del sector y el país donde se opera. Para poder reunir toda esta información, se recomienda el análisis DAFO. Cada letra hace referencia a un concepto: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. (grandes pymes, 2020)

Se recurre a ella para desarrollar una estrategia de negocio que sea sólida a futuro, además, el análisis FODA es una herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debe ejecutar y tomarla en consideración. Cabe señalar que, si existiera una situación compleja el análisis FODA puede hacer frente a ella de forma sencilla y eficaz. Enfocándose así a los factores que tienen mayor impacto en la organización o en nuestra vida cotidiana si es el caso, a partir de allí se tomaran eficientes decisiones y las acciones pertinentes. Además, el FODA ayuda a tener un enfoque mejorado, siendo competitivo ante los nichos de los mercados al cual se está dirigiendo la empresa, teniendo mayores oportunidades en el mercado que se maneje creando estrategias para una eficaz competencia (Riquelme Leiva, 2016).

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ● Gran cantidad de mano de obra calificada y “kwon how” productivo de artesanos de Taxco, Guerrero que le da mayor valor agregado al producto. ● Flexibilidad en el diseño de los productos. ● Planta adaptada con base tecnológica. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Empresa nueva que se incorpora a la competitividad en la importación de joyas. ● Uso de la intermediación exportadora. ● Tipo de cambio.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Crecimiento de la demanda de la joyería de plata en el mercado externo. ● Apertura de nuevos mercados a través de los tratados de libre comercio. ● Cercanía de la materia prima, incentivó al consumo interno de la plata por ser considerado como un producto Bandera. ● Preferencias por ser el uso de joyas de plata. ● Crecimiento internacional del sector de joyería. ● Accesibilidad de financiación a través de instituciones financieras. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Recesión económica en Canadá. ● Tendencia a la apreciación del sol frente al Dólar podría generar pérdida de competitividad a los exportadores. ● Bajo costo de mano de obra de obra de competidores Asiáticos.

3.5.7 Organigrama y descripción de puestos

El organigrama de una empresa es un esquema gráfico que representa la estructura interna de una organización, reflejando las relaciones jerárquicas y las competencias de la misma. Este esquema brinda información esencial sobre las estructuras departamentales y la organización de una empresa para comprenderla de un vistazo. La estructura de una empresa es fundamental para su funcionamiento. Las empresas que cuentan con una estructura organizacional clara y flexible son más eficientes y competitivas, además de afrontar mejor los retos del mercado.

El organigrama empresarial es la expresión de esa estructura, por lo que se convierte en una herramienta imprescindible para cualquier organización. Algunas de las ventajas del uso del organigrama son:

- Detectar fallos en la estructura organizacional. El organigrama de una empresa es una valiosa herramienta para optimizar la gestión de los recursos humanos pues permite detectar la duplicidad de roles y tareas, aquellas

funciones importantes dentro de la organización que han sido descuidadas o una departamentalización inadecuada que afecte la productividad.

- Distribuir mejor la autoridad. El organigrama empresarial también permite detectar problemas en la unidad de mando que afecten la comunicación y la competitividad. Puede reflejar, por ejemplo, los desequilibrios en el sistema de control o una falta de claridad en el tipo de autoridad.
- Actualizar el sistema de personal. El organigrama no solo refleja la estructura organizativa, también sirve para realizar actualizaciones que faciliten el flujo de información y mejoren la eficiencia empresarial. Es un elemento básico para realizar estudios de descripción y análisis de cargos, planes de administración de salarios y en sentido general para proyectar, implementar y controlar los sistemas de personal.
- Comunicar la estructura interna. El organigrama tiene una importante función comunicativa pues indica a los empleados su posición en la empresa, su interrelación con otros puestos y las posibilidades de ascender en la cadena de mando.

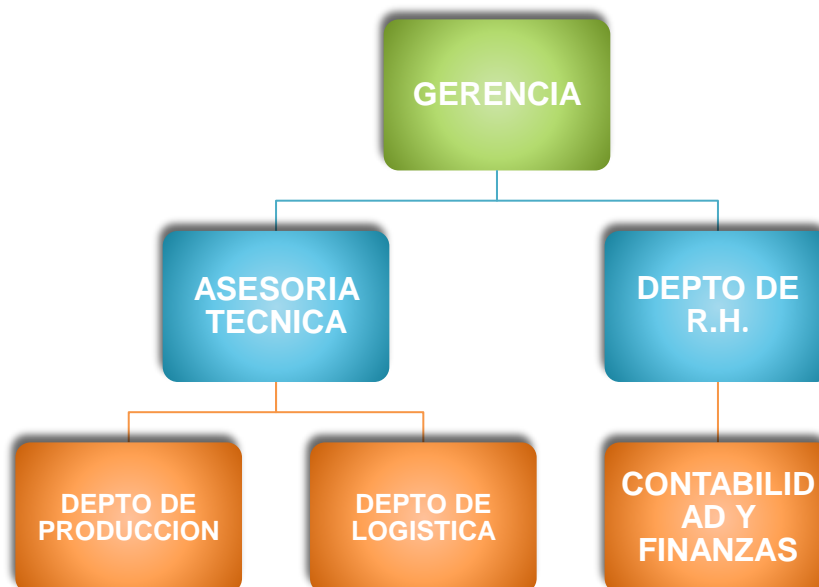


Figura 7. Organigrama de la empresa

El organigrama de una empresa es una estructura que se puede representar de diferentes maneras, no solo desde el punto de vista gráfico sino también según el tipo y la cantidad de información que se desee reflejar. Descubre a continuación cuáles son los principales tipos de organigramas empresariales que existen. (eserp business & law school, 2020). El organigrama señala los puestos de trabajo, pero se hace necesario describirlos, definiendo las funciones y responsabilidades de cada uno, así como los requisitos de quienes ocuparán dichos cargos, los cuales se pueden describir de la siguiente manera:

Gerencia: La palabra gerencia se utiliza para denominar al conjunto de empleados de alta calificación que se encarga de dirigir y gestionar los asuntos de una empresa. El término también permite referirse al cargo que ocupa el director general (o gerente) de la empresa, quien cumple con distintas funciones: coordinar los recursos internos, representar a la compañía frente a terceros y controlar las metas y objetivos. Un gerente suele cumplir con cuatro funciones simultáneas: el planeamiento (se establece un plan con los medios necesarios para cumplir con los objetivos), la organización (se determina cómo se llevará adelante la concreción de los planes elaborados en el planeamiento), la dirección (que se relaciona con la motivación, el liderazgo y la actuación) y el control (su propósito es medir, en forma cualitativa y cuantitativa, la ejecución de los planes y su éxito).

Estos cuatro pilares de la gerencia requieren la fusión de diferentes talentos y habilidades, algunos naturales y otros obtenidos a través de la experiencia y la formación profesional. El liderazgo, por ejemplo, es un concepto muy particular, en cuanto a que se trata de una capacidad con la que se nace, pero que también se puede pulir considerablemente por medio de las relaciones interpersonales en el ámbito empresarial (definicion.de, 2020).

Asesoría técnica: Toda empresa debe contar con un departamento de asesoría técnica, especialmente cuando se trata de una empresa industrial que se dedica a la fabricación de sus propios productos. El fin de la asesoría técnica es precisamente asesorar a la empresa acerca de los mejores medios de recursos

técnicos con lo que puede contar tanto para administración de la empresa como para el sector industrial de la misma.

En el caso de la administración, se refiere a recursos técnicos, a todos aquellos sistemas informáticos que se pueden implementar para un correcto desarrollo de cada área de la misma, ya que el mercado ofrece a la empresas un cantidad innumerable de diferentes sistemas y si no se posee una correcta asesoría técnica acerca de las utilidades que se le puede dar a cada uno, se corre el riesgo de decidirse por alguno que no pueda complementarse correctamente con las necesidades requeridas por la administración (Gestión y Administración, 2019).

Departamento de Recursos Humanos: Es el que se encarga de muchas tareas relacionadas con el personal de la empresa. Tiene una serie de funciones que le caracterizan dentro de la empresa, y las cuales la hacen una figura imprescindible en muchas empresas. Algunas de sus funciones básicas son:

- El reclutamiento, para la búsqueda y atracción de candidatos en el momento en que lo necesitan
- La selección, con el proceso adecuado para contratar a la persona más idónea al puesto
- La contratación, una vez se ha seleccionado la persona adecuada y se quiere mantener una relación formal
- La capacitación y el desarrollo, para mejorar los conocimientos, actitudes y/o capacidades de las personas en la empresa

Las funciones del departamento de recursos humanos son varias, lo que supone que en muchas empresas sí sea necesaria esta figura, especialmente en medianas y grandes empresas, ya que en pequeñas empresas no pueden ni permitirse ni en la mayoría de las ocasiones necesitan esto ya que una persona puede encargarse de esto (generalmente el administrador de la empresa). Las empresas necesitan una gran cantidad de procesos, y por tanto existe el departamento de recursos humanos para cubrir todos aquellos aspectos

relacionados con sus trabajadores y relacionarse con los otros departamentos para tener una correcta comunicación y colaboración en todos los aspectos que sean necesarios y les incumban. (Gestion.org, 2019)

Departamento de Producción: El área de producción, también llamada área o departamento de operaciones, manufactura o de ingeniería, es el área o departamento de un negocio que tiene como función principal la transformación de insumos o recursos (energía, materia prima, mano de obra, capital, información) en productos finales (bienes o servicios). Por ejemplo, un banco que es una empresa de servicios cuenta con líneas de producción en débitos y créditos, contando con productos como ahorros, haberes (línea de débitos) o productos como el leasing, factoring, avances de cuenta, créditos hipotecarios, carta fianza, avales, tarjetas de crédito, entre otros (Redacción Horizontum, 2019).

Al tener toda empresa, tanto una de bienes como una de servicios, un área o departamento de producción, también, debe contar con un gerente o jefe de producción, por ejemplo, en el caso de una universidad, el jefe de producción sería el director o coordinador académico.

Departamento de Logística: La logística es una de las funciones primordiales en el día a día de una empresa, función que en estos últimos años tiene una mayor visibilidad gracias a las operaciones de comercio electrónico y de las acciones publicitarias que han realizado empresas como Amazon dando visibilidad a las operaciones logísticas además de posicionar la logística como elemento clave y diferenciador de su servicio.

La principal función de la logística dentro de la gestión de una empresa es planificar y gestionar todos los flujos entre el inicio de la producción hasta la entrega al cliente. La logística gestiona y planifica los flujos de la materia prima desde la compra a los proveedores para terminar con la gestión de entrega del producto al cliente final. Durante este proceso es responsabilidad del departamento logístico crear e implementar tantos sistemas de control y mejora de procedimientos que sean

necesarios con el objetivo de aumentar la eficacia y la eficiencia de todas y cada una de las operaciones. (Zubialde, 2019)

Departamento de Contabilidad y Finanzas: este departamento es el responsable de instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestarias y de consecución de metas de la empresa. Una definición más terrenal sería decir que es el departamento responsable del control de gastos e ingresos y de la situación financiera de la empresa, además de saber los cobros y pagos pendientes.

Sin embargo, el departamento de contabilidad no funciona por su cuenta, sino que lo hace de forma coordinada con el resto de áreas de la empresa. Se trata de una coordinación doble, ya que mientras el resto de departamentos le ofrecen una información necesaria para trabajar, el área de contabilidad debe ser muy escrupuloso y solicitar siempre unos datos y documentos precisos o fiables. Sobra decir que si recibe informaciones no reales lo más probable es que haga mal su trabajo, y no gestione la contabilidad de la empresa de forma correcta (Sisternas, 2018).

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS FINANCIERO

En este capítulo se aborda el análisis financiero se llevara a cabo la inversión inicial análisis de costos, fijos y variables toda la planeación de costos de exportación balance general y análisis de resultado llevando acabo un punto de equilibrio veremos el TIR el tiempo en que tarda uno como exportador en que lo que gastaste es recuperado ya sea a un año dos o tres años todo este balance y estado de resultados son muy importantes llevarlos a cabo como exportador ya que se lleva un mejor ajuste de cuentas y ves si tu negocio es rentable todo este análisis financiero lo veremos en el capítulo cuatro.

4.1 INVERSION INICIAL

En este punto se describe lo que se usará de inversión inicial, el efectivo que se manejará en esta exportación, así como el total de gastos es de suma importancia que abordemos esto porque es nuestra practica financiera de lo que se hace en una exportación (pyme, 2011). Aquí se toma en cuenta los gastos fijos y variables para iniciar la inversión junto con la cantidad del producto a exportar todo los gastos de inversión están en la siguiente tabla el cual asciende a una inversión de \$616,000.

Tabla 4. Inversión inicial, fijos y variables.

Fijos		Variables	
Renta de oficina	\$ 3,000.00	Producto	\$ 500,000.00
Sueldos	\$ 50,000.00	Embalaje	\$ 8,000.00
Mercadotecnia	\$ 5,000.00	Empaque	\$ 8,000.00
Servicio luz	\$ 3,000.00	Fletes y seguros	\$ 5,000.00
Equipo de oficina	\$ 25,000.00	Agente aduanal	\$ 5,000.00
		Muellaje	\$ 200.00
		Pesaje de contenedor	\$ 1,962.00
		Código ISPS	\$ 142.00
		Servicio electrónico de la información	\$ 204.00
		Contraprestación	\$ 114.00
		Prevalidación	\$ 850.00
		Derecho de trámite aduanero	\$ 594.00
		Total de inversión	\$ 616,066.00

4.2 ANALISIS DE COSTOS

El análisis de costo es simplemente, el proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo la labor o proyecto del voluntario. El análisis de costo determina la calidad y cantidad de recursos necesarios. Entre otros factores, analiza el costo del proyecto en términos de dinero. Con frecuencia, los voluntarios suponen que cuentan con los recursos necesarios y que el costo es tan bajo que no es necesario realizar el análisis. (monografias.com, 2013)

$$\text{Precio} = \text{CF} + \text{CV} + \text{UTILIDAD TOTAL } 30\%$$

4.2.1 Costos fijos

Son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables ante esos cambios. Los costos fijos devengan en forma periódica: una vez al año, una vez al mes, una vez al día, etc. Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos. (Torres Hernández, 2018).

Tabla 5. Costos fijos.

CONCEPTO	MENSUAL
Fijos	
Renta de oficina	\$ 3,000.00
Sueldos	\$ 50,000.00
Mercadotecnia	\$ 5,000.00
Servicio luz	\$ 3,000.00
Equipo de oficina	\$ 25,000.00
Total	\$ 86,000.00

4.2.2 Costos variables

Los costos variables son los gastos que cambian en proporción a la actividad de una empresa. El costo variable es la suma de los costos marginales en todas las unidades producidas. Así, los costos fijos y los costos variables constituyen los dos componentes del costo total. Los costos variables se denominan a veces a nivel de unidad producida, ya que los costos varían según el número de unidades producidas. Por ejemplo, una empresa paga por las materias primas. Cuando su actividad disminuye necesitará menos materias primas, y por lo tanto gastará menos. Cuando la actividad se incrementa, necesitará más materia y el gasto aumentará (Enciclopedia Económica, 2018).

Tabla 6. Costos variables.

VARIABLES	
Producto	\$ 500,000.00
Embalaje	\$ 8,000.00
Empaque	\$ 8,000.00
Fletes y seguros	\$ 5,000.00
Agente aduanal	\$ 5,000.00
Muellaje	\$ 200.00
Pesaje de contenedor	\$ 1,962.00
Código ISPS	\$ 142.00
Servicio electrónico de la información	\$ 204.00
Contraprestación	\$ 114.00
Prevalidación	\$ 850.00
Derecho de trámite aduanero	\$ 594.00
Total	\$ 530,066.00

4.2.3 Costos de exportación

Es importante considerar que el precio es el único elemento generado de ingreso y éste también debe ser considerado como un medio de comunicación con el comprador al proporcionar una base para juzgar el atractivo de una oferta y está influido por la interacción de factores internos y externos de la empresa. Así, para definir un precio y elaborar una cotización internacional es importante contar con

información precisa de cada uno de los tres elementos básicos. En términos muy generales, dicha información es la siguiente:

- a. De la Empresa: Costos de producción incluyendo las adecuaciones al producto y a su envase, etiquetado y embalaje. Variación de los costos con base en diversos volúmenes de producción, así como los objetivos de la empresa a exportar.
- b. Del Mercado: Precios de referencia de la competencia o de productos similares, demanda, estructura del mercado y clientes potenciales.
- c. De la Logística: Gastos asociados a la exportación.

Con esta información se deben definir tres aspectos en materia de cotizaciones:

- Determinación del precio y límites del negocio.
- Políticas de venta y descuentos.
- Determinación de los términos de comercio internacional a utilizar.

Tabla 7. Costos de exportación

Concepto	COSTO EN MXN
Embalaje	\$2,300
Etiquetado	\$1,000
Flete terrestre a puerto	\$31,500
Flete marítimo	\$50,000
Agenciamiento y gastos en puerto	\$3,500
total	\$88,300

4.3 PUNTO DE EQUILIBRIO Y PRECIO

Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no

gana dinero, pero tampoco pierde). En el punto de equilibrio, por lo tanto, una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas. (ZWAIMAN, 2008).

Es necesario destacar que el punto de equilibrio no es una línea de meta. Más bien es un nuevo punto de partida del que las empresas pueden partir con mayor confianza en sus productos o servicios. También es de considerarse que este cálculo no se hace solo una vez, puesto que el cálculo de ingresos y el margen de contribución anual son medidas periódicas. De igual forma, el punto de equilibrio puede ser calculado a un corto plazo (semanal, mensual, bimestral o trimestral). Esto ayuda a mantener una estabilidad durante todo el año de proceso productivo y llegar a la meta.

Los dos factores principales que debes conocer son tus gastos fijos y variables, con los que se obtendrán los costes totales.

- Gastos fijos: no cambian mes con mes y su valor siempre es el mismo.
- Gastos variables: varían de acuerdo con lo facturado mes con mes. Su relación es directa con el número de ventas, por lo que si estas aumentan, las variables también lo harán.

Para entender de mejor forma el concepto, algunos ejemplos de gastos variables pueden ser las comisiones de ventas, la mano de obra, la materia prima, entre otros.

- Costes totales: es la suma de los gastos fijos y variables. Con esto se puede deducir el punto de equilibrio, en otras palabras, cuando los ingresos son iguales a los costes totales.

Una de las formas de cálculo del punto de equilibrio es por unidad, en la cual debe obtenerse el precio variable unitario dividiendo los costes variables entre el número de unidades vendidas en un periodo determinado. La fórmula es la siguiente:

Precio variable unitario = precio variable / **unidades vendidas considerando que son 500 unidades**

Para la obtención del punto de equilibrio:

$$\text{Punto de equilibrio unitario} = \frac{\text{Costes fijos}}{(\text{Precio de venta} - \text{Precio variable unitario})}$$

Al resultado de esta fórmula se le llama «margen de contribución», es decir, la diferencia entre el volumen de ventas y los costes variables, o de igual forma, los beneficios de una empresa sin considerar los costes fijos. Por ejemplo, si la empresa vende el producto con un valor de \$1540, el precio variable unitario es de \$1325 y los costes fijos suman \$86 000, el cálculo debe ser:

$$\text{Punto de equilibrio unitario} = 86,000 / (1233 - 1060) = 497$$

Lo que esta operación deduce es que la empresa debe vender 500 unidades (productos) para obtener su punto de equilibrio unitario. (flores, 2019)

4.4 BALANCE GENERAL Y TIR

El balance general es el estado financiero de la empresa en un momento determinado para poder reflejar este dicho estado muestra contablemente los activos (lo que la organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos el patrimonio neto. El balance general, por lo tanto, es una especie de fotografía que retrata la situación contable de la empresa en una cierta fecha. Gracias a este documento, el empresario accede a información vital sobre su negocio, como la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas.

Tabla 8. Balance general.

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL	2 AÑOS
Fijos			
Renta de oficina	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00	\$72,000.00
Sueldos	\$ 50,000.00	\$ 600,000.00	\$1,200,000.00
Mercadotecnia	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00	\$120,000.00
Servicio luz	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00	\$72,000.00
Equipo de oficina	\$25,000.00	\$ 300,000.00	\$600,000.00
Variables			
	\$	\$	
Producto	500,000.00	6,000,000.00	\$12,000,000.00
Embalaje	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00	\$192,000.00
Empaque	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00	\$192,000.00
Fletes y seguros	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00	\$120,000.00
Agente aduanal	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00	\$120,000.00
Muellaje	\$ 200.00	\$ 2,400.00	\$4,800.00
Pesaje de contenedor	\$ 1,962.00	\$ 23,544.00	\$47,088.00
Código ISPS	\$ 142.00	\$ 1,704.00	\$3,408.00
Servicio electrónico de la información	\$ 204.00	\$ 2,448.00	\$4,896.00
Contraprestación	\$ 114.00	\$ 1,368.00	\$2,736.00
Prevalidación	\$ 850.00	\$ 10,200.00	\$20,400.00
Derecho de trámite aduanero	\$ 594.00	\$ 7,128.00	\$14,256.00
	\$	\$	
Total	616,066.00	7,392,792.00	\$14,785,584.00

La TIR o Tasa Interna de Retorno, es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto. Y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión. Esto quiere decir, el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta, para los montos que no hayan sido retirados del proyecto. Para observar mejor el cálculo de la TIR, pongámoslo en práctica en un ejemplo numérico:

Si la empresa al empezar el negocio y que necesito una inversión inicial de 7.392,792 USD, y calcula tener ingresos anuales de:

- 4.607,208 USD durante el primer año.

- 5.607,208 USD durante el segundo año.
- 7.607,208 USD durante el tercer año.

Estos valores los colocaremos en una tabla de Excel, con la cual podremos calcular fácilmente la TIR con la fórmula financiera que lleva su nombre. Sólo debemos seleccionar los valores de la tabla en la sección “Valores” de la fórmula TIR y obtendremos su valor: 55%

4.5 ANÁLISIS ESTADO DE RESULTADOS

El análisis del resultado obtenido por un determinado fondo es un proceso que se desarrolla en dos etapas. Primero, se compara la rentabilidad del fondo respecto a su índice de referencia. Luego, se analiza los métodos utilizados por los gestores para llegar a ese resultado.

En la tabla adjunta 9, se observa el estado de resultados la cantidad de gastos generados al total de estos se le agrega un 10% de agregado esto nos sirve como margen en caso de que haya algún costo de imprevisto no considerado en todo el balance que vendría siendo como un soporte a nuestro favor, calculando el costo de los dos contenedores marcados en la tabla y el precio de las ventas podríamos recuperar el capital invertido en el primer año de exportaciones.

Tabla 9. Estado de resultados.

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL	2 AÑOS	3 AÑOS
Fijos				
Renta de oficina	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00	\$72,000.00	\$108,000.00
Sueldos	\$ 50,000.00	\$600,000.00	\$1,200,000.00	\$1,800,000.00
Mercadotecnia	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00	\$120,000.00	\$180,000.00
Servicio luz	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00	\$72,000.00	\$108,000.00
Equipo de oficina	\$25,000.00	\$ 300,000.00	\$600,000.00	\$900,000.00
Variables				
Producto	\$500,000.00	\$ 6,000,000.00	\$12,000,000.00	\$18,000,000.00
Embalaje	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00	\$192,000.00	\$288,000.00
Empaque	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00	\$192,000.00	\$288,000.00
Fletes y seguros	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00	\$120,000.00	\$180,000.00
Agente aduanal	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00	\$120,000.00	\$180,000.00
Muellaje	\$ 200.00	\$ 2,400.00	\$4,800.00	\$7,200.00
Pesaje de contenedor	\$ 1,962.00	\$ 23,544.00	\$47,088.00	\$70,632.00
Código ISPS	\$ 142.00	\$ 1,704.00	\$3,408.00	\$5,112.00
Servicio electrónico de la información	\$ 204.00	\$ 2,448.00	\$4,896.00	\$7,344.00
Contraprestación	\$ 114.00	\$ 1,368.00	\$2,736.00	\$4,104.00
Prevalidación	\$ 850.00	\$ 10,200.00	\$20,400.00	\$30,600.00
Derecho de trámite aduanero	\$ 594.00	\$ 7,128.00	\$14,256.00	\$21,384.00
Total de inversión	\$ 616,066.00	\$7,392,792.00	\$14,785,584.00	\$22,178,376.00
				10%
Total con %10	677,672.6	\$8,132,071.2	\$16,264,142.4	\$24,396,213.60
Ventas	1,400,000.00	\$16,800,000.00	\$33,600,000.00	\$50,400,000.00
Dos contenedores 1000 pz	\$1,233,000.00	\$14,796,000.00	\$29,592,000.00	\$44,388,000.00

CONCLUSIONES

Con el tiempo las empresas incursionan en la actividad exportadora como respuesta a la detección casuística de una oportunidad y en este proyecto se tomó en cuenta precisamente esto la demanda y visualizar la oportunidad en el cual se la necesidad, tratan de aprovecharla enfrentándose a diversos requerimientos para los cuales suelen no estar preparadas así que, aunque pueden llegar a lograr por hecho algunas pocas operaciones, usualmente desisten en un tiempo determinado.

En este proyecto de exportación cabe mencionar la importancia de la práctica y el aprendizaje sobre el producto exportado que en este caso es la joyería de plata hacia el país de Canadá siendo este uno de los países que en los últimos años ha crecido su demanda de joyería de plata mexicana. Adquiriendo un aprendizaje en las lecturas en el campo de la joyería proveedores realización de producto etc. También en la logística de distribución y los estudios de mercado que fueron realizados ampliamente y una cuidadosa investigación.

Es importante señalar en este trabajo algunos factores que hacen de esta exportación sea exitosa dando a conocer la calidad del producto conocer sus orígenes y antecedentes particulares como que tanto se consume en el país de origen elaborada en Taxco guerrero siendo así sus mejores diseños elegidos hará exportar la mejor calidad. La investigación de mercado es uno de los factores muy influyentes en la parte inicial de nuestra exportación ya que nos pudimos dar cuenta que si es rentable por la cantidad de preferencia y aceptación que tiene nuestra plata mexicana en el país canadiense que un gran porcentaje los consumidores son mujeres.

El proceso de producción en México en colaboración con artesanos locales de Taxco que colaboraron en gran manera compartiendo su experiencia en diseños y el método de trabajo para realizar los mejores diseños para su venta en Canadá, cada paso a detalle de transformaciones la plata a ser el producto final convertido en unas hermosas joyas. Detalle del embalaje para esta mercancía que se pudiera decir que

es algo delicada por lo cual el embalaje elegido debe de ser apropiado para su empaque debiendo cumplir los estándares de calidad y resistencia para protección de nuestro producto

Para la exportación nuestro país está libre de regulaciones y restricciones arancelarias lo cual facilita de gran manera la exportación siendo elegida la fracción arancelaria que le corresponde al producto asesorados por nuestros agentes aduanales y apoyados por ellos para llevar el proceso de exportación que se hace mención en el marco legal y jurídico, los documentos necesarios en apoyo para que la exportación fluya los cuales deben ser los correctos ya que de no ser así podría ocasionar una sanción por parte de la autoridad aduanera al momento de modular la exportación y pudiera caer en reconocimiento aduanero y con esto evitar contratiempos o alguna sanción que nos genere extra costos no contemplados y pérdida de tiempo que retrase nuestra exportación.

Por estos factores de riesgo es por lo que en este trabajo se contempló detalladamente en cumplir con cada uno de los pasos para que nuestra exportación fuera exitosa y libre de algún riesgo o contratiempo haciendo una mejor logística cumpliendo nuestro tiempo de entrega acordado con los clientes canadienses destacando sobre nuestros competidores y así la empresa empezará a ser conocida no tan solo por la calidad de nuestro producto sino también por lo eficiente que es la logística de entrega en tiempo convenido que nos da un reconocimiento entre nuestra competencia y nos colocaría en el gusto de nuestros compradores canadienses.

Este proyecto es rentable el análisis financiero la inversión inicial se detalla su inversión inicial las cantidades y costos que conlleva la exportación, y se hizo detalladamente un análisis de costo recaudando la información de los costos que se realizaron resultados arrojando los costos que se consideraron necesarios para la realización de la exportación fijos y variables toda la planeación de costos de exportación balance general y análisis de resultado llevando a cabo un punto de equilibrio en el TIR el tiempo en que tarda uno como exportador en que lo que

gastaste es recuperado ya sea a un año dos años todo este balance y estado de resultados se consideró que para la empresa.

El motivo de esta exportación es conocer el nuestro producto nuestra producción a detalles los pasos a seguir para tener una exportación exitosa hacia un mercado extranjero.

BIBLIOGRAFÍA

- amazon seller central. (2020). *Estándares de control de calidad de joyería*. Recuperado el 28 de 01 de 2021, de sellercentral.amazon.com: https://sellercentral.amazon.com/gp/help/external/201269180?language=es_ES&ref=efph_201269180_cont_201707070
- BullionVault Ltd. (09 de 01 de 2016). *21 increíbles usos de la plata*. Recuperado el 25 de 01 de 2021, de BullionVault.es: <https://oro.bullionvault.es/noticias-oro/infografias/usos-de-la-plata#>
- bussines consulting. (28 de 08 de 2017). *Importancia de la visión y misión de la empresa*. Recuperado el 03 de 02 de 2021, de <https://www.businessconsulting.cl/importancia-de-la-vision-y-mision-de-la-empresa/>
- Carreón Villanueva, A. E. (2017). Proyecto de exportación de joyería de plata de México a Canadá. Mexico, Orizaba, Veracruz: Universidad del Valle de Orizaba.
- Ceballos, A. (13 de 01 de 2021). *Documentos para exportar: lista de empaque*. Recuperado el 29 de 01 de 2021, de www.comercioyaduanas.com.mx: <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/documentosparaexportar/lista-de-empaque/>
- Ceballos, L. (2020). *Incoterm FOB: ¿Qué es?* Recuperado el 29 de enero de 2021, de Comercio y Aduanas.com.mx: <https://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/que-es-incoterm-fob/>
- Cofide. (17 de 08 de 2020). *Certificado de Origen ¿Cuál es su función?* Recuperado el 29 de 01 de 2021, de [cofide.mx](http://www.cofide.mx): <https://www.cofide.mx/blog/certificado-de-origen-cual-es-su-funcion#:~:text=Finalmente%20el%20Certificado%20de%20Origen,caso%20obtener%20una%20preferencia%20arancelaria.>
- Cofide. (2020). *Tratados de Libre Comercio con México, qué es lo que debes conocer*. Recuperado el 25 de 01 de 2021, de [cofide.mx](http://www.cofide.mx): <https://www.cofide.mx/blog/tratados-de-libre-comercio-con-m%C3%A9xico-qu%C3%A9-es-lo-que-debes-conocer>
- definicion.de. (2020). *la gerencia*. Recuperado el 02 de 2021, de <https://definicion.de/gerencia/>

- DOF. (09 de agosto de 2019). *Constitución Política de los Estados Unidos Meicanos*. Recuperado el 02 de 02 de 2021, de Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión: <https://mexico.justia.com/federales/constitucion-politica-de-los-estados-unidos-mexicanos/titulo-septimo/#articulo-131>
- DOF, Cámara de Diputados . (21 de Diciembre de 2006). *Ley de Comercio Exterior*. Recuperado el 20 de Enero de 2021, de Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Centro de Documentación, Información y Análisis: <https://mexico.justia.com/federales/leyes/ley-de-comercio-exterior/>
- DOF, Cámara de Diputados. (06 de Noviembre de 2020). *Ley Aduanera*. Recuperado el 19 de Enero de 2021, de CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf_mov/Ley_Aduanera.pdf
- DOF, Cámara de Diputados. (01 de Julio de 2020). *Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación*. Recuperado el 20 de Enero de 2021, de Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Centro de Documentación, Información y Análisis: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIGIEx_010720.pdf
- Economipedia. (2020). *analisis foda*. Recuperado el 05 de 02 de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-dafo.html>
- Enciclopedia Económica. (2018). *Costos variables*. Recuperado el 31 de enero de 2021, de <https://enciclopediaeconomica.com/costos-variables/>
- Escudero, E. (24 de Junio de 2020). *¿Cómo favorece el T-MEC las exportaciones de México?* Recuperado el 20 de Enero de 2021, de [thelogisticsworld.com: https://thelogisticsworld.com/comercio-internacional/como-favorece-el-t-mec-las-exportaciones-de-mexico/](https://thelogisticsworld.com/comercio-internacional/como-favorece-el-t-mec-las-exportaciones-de-mexico/)
- eserp business & law school. (2020). *¿que es el organigrama de una empresa?* Recuperado el 05 de 02 de 2021, de <https://es.eserp.com/articulos/organigrama-empresa/>
- flores, j. (02 de 12 de 2019). *hubspot*. Recuperado el 20 de 02 de 2021, de <https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20el%20punto%20de,no%20hay%20ganancias%20ni%20p%C3%A9rdidas.>

- Funes, A. (30 de abril de 2020). *Cómo saber si es oro blanco o plata de forma sencilla*. Recuperado el 28 de enero de 2021, de https://www.elespanol.com/como/saber-oro-blanco-plata-forma-sencilla/486452026_0.amp.html
- Gestión y Administración. (2019). *Asesoría técnica empresarial*. Recuperado el 05 de 02 de 2021, de www.gestionyadministracion.com: <https://www.gestionyadministracion.com/asesoria/asesoria-tecnica.html>
- Gestion.org. (2019). *Las funciones del departamento de recursos humanos*. Recuperado el 05 de 02 de 2021, de <https://www.gestion.org/consejos-para-saber-como-elegir-una-franquicia/>
- González, H. (16 de enero de 2020). *El T-MEC y los cambios para las importaciones a México*. Recuperado el 31 de enero de 2021, de Estrategia Aduanera, Revista Mexicana de Comercio Exterior: <https://www.estrategiaaduanera.mx/el-t-mec-y-los-cambios-para-las-importaciones-a-mexico/>
- grandes pymes. (2020). *¿EN QUÉ CONSISTE EL ANÁLISIS DAFO/FODA?* Recuperado el 05 de 02 de 2021, de <https://www.grandespymes.com.ar/2015/12/05/en-que-consiste-el-analisis-dafofoda/>
- Grupo Ei. Comercio Exterior. (30 de Enero de 2018). *Conoce los 5 pasos del despacho aduanero*. Recuperado el 21 de Enero de 2021, de blog.grupoei.com.mx: <https://blog.grupoei.com.mx/5-pasos-del-despacho-aduanero>
- Happiness Boutique. (2021). *Cuidados para la joyería de plata*. Recuperado el 18 de enero de 2021, de <https://www.happinessboutique.com/es/p/cuidados-para-la-joyeria-de-plata-23>
- Hutchison Ports LCT. (2017). *Acerca de LCT*. Recuperado el 29 de enero de 2021, de <https://hutchisonportslct.com/conoce-lctpc/acerca-de-lctpc/>
- icontainers. (12 de 03 de 2019). *icontainers*. Recuperado el 28 de 01 de 2021, de <https://www.icontainers.com/es/ayuda/factura-comercial-que-es/>
- lifeder. (01 de 01 de 2006). *Microlocalización: Factores, Para Qué Sirve y Ejemplos*. Recuperado el 29 de enero de 2021, de <https://www.lifeder.com/microlocalizacion-proyecto-empresa/>

- lifeder.com. (2016). *Macrolocalización: Factores, Para Qué Sirve y Ejemplo*. Recuperado el 04 de 02 de 2021, de <https://www.lifeder.com/macrolocalizacion-proyecto-empresa/>
- López López, Z. (1993). *Envase y embalaje para la exportación de joyería de plata*. Recuperado el 28 de enero de 2021, de Tesis de Licenciatura, Escuela de Diseño Gráfico, Universidad Nuevo Mundo: https://ru.dgb.unam.mx/handle/DGB_UNAM/TES01000190590
- monografias.com. (2013). *monografías*. colombia: internet.
- Pérez Souza, V. A. (2012). *México podría ser líder mundial en joyería*. Recuperado el 30 de enero de 2021, de Legiscomex.com: <https://www.legiscomex.com/Documentos/mexico-lider-mundial-joyeria-virginia-perez-actualizacion>
- Pulso SLP. (28 de Marzo de 2016). *CANADA RESALTA CALIDAD DE JOYAS HECHAS CON PLATA MEXICANA*. Recuperado el 25 de 01 de 2021, de MVS NOTICIAS: <https://mvsnoticias.com/noticias/economia/canada-resalta-calidad-de-joyas-hechas-con-plata-mexicana-711/>
- Raffino, M. E. (05 de 02 de 2021). *Concepto de Valores de una Empresa*. Recuperado el 05 de 02 de 2021, de concepto de: <https://concepto.de/valores-de-una-empresa/>
- Redacción Horizontum. (28 de 11 de 2019). *¿Para qué sirve el área de producción de un negocio o una empresa?* Recuperado el 05 de 02 de 2021, de www.horizontum.mx: <https://www.horizontum.mx/para-que-sirve-el-area-de-produccion-de-un-negocio-o-una-empresa/>
- Riquelme Leiva, M. (diciembre de 2016). *FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa*. Recuperado el 05 de 02 de 2021, de <https://www.analisisfoda.com/>
- SAT. (2015). *documentos necesarios*. mexico: portal sat.
- Secretaría de Economía. (28 de enero de 2021). *FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO Y ESCALAS DE PRODUCCION*. (contactopyme.gob.mx, Ed.) Recuperado el 31 de enero de 2021, de Guías Empresariales, Inicie su propio negocio: <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=14&guia=30&giro=9&ins=774>


- Sisternas, P. (19 de 06 de 2018). *Funciones del departamento de contabilidad*. Recuperado el 05 de 02 de 2021, de www.emprendepyme.net/funciones-del-departamento-de-contabilidad.html
- Torres Hernández, J. J. (2018). *Proyecto de Comercialización e Internacionalización de productos derivados de la Orfebrería y Joyería de plata procedente de Taxco Guerrero con destino a San Diego California EE. UU.* Recuperado el 30 de enero de 2021, de Universidad Autónoma del Estado de México: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/99065/TORRES%20HERNANDEZ%20JOSE%20JUAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- transporte mx. (09 de 09 de 2015). *que es la lista de empaque o paking list*. Recuperado el 29 de 01 de 2021, de <https://www.transporte.mx/que-es-la-lista-de-empaque-o-packing-list/>
- twago. (01 de 06 de 2010). *La importancia de tener un buen logotipo*. Recuperado el 04 de 02 de 2021, de <https://www.twago.es/blog/la-importancia-de-tener-un-buen-logotipo/>
- Valladares Garcia, M. (2016). *Plata mexicana*.
- Vitez, O. (2021). *La importancia de establecer objetivos en una empresa*. Recuperado el 05 de 02 de 2021, de La voz de Houston: <https://pyme.lavoztx.com/la-importancia-de-establecer-objetivos-en-una-empresa-9374.html>
- Wicks, S. (1996). *Joyería artesanal. Diseño y fabricación artesana de joyas*. Madrid: Tursen Hermann Blume.
- wikipedia. (01 de 01 de 2006). *vancouver economia*. Recuperado el 02 de 02 de 2021
- Zubialde, C. (30 de 05 de 2019). *Las principales funciones de un departamento logístico*. Recuperado el 05 de 02 de 2019, de <https://informacionlogistica.com/las-principales-funciones-de-un-departamento-logistico/>

ANEXOS

ANEXO 1. RFC.



ANEXO 3. CONOCIMIENTO DE EMBARQUE.

		BILL OF LADING FOR OCEAN TRANSPORT OR MULTIMODAL TRANSPORT		SCAC MAEU
				B/L No. 855291456
Shipper BENIMACLET EXPORTS S.A. PLAZA DE BENI 1 BENIMACLET (VALENCIA) 46020 PHONE: 963212223		Booking No. 855291456		Export references Svc Contract 182020
Consignee (negotiable only if consigned "to order", "to order of" a named Person or "to order of bearer") BEST OF SPAIN, INC. 302W. LAMAR ST, SUITE E 31709 AMERICUS, GEORGIA, USA TEL:+1-229-924-3035 FAX: +-229-924-6250 ATTENTION: BILL HARRIS		Notify Party (see clause 22) EXCELCO TRADING L.P. 17 BATTERY PLACE, SUITE 1010 NEW YORK, NY 10004 TEL.:212 344 6771 FAX.:212 344 8723 George TslatsiosGtslatslos@exceltrade.com		
Vessel (see clause 1 + 19) MAERSK RIO GRANDE	Voyage No. 0766	Place of Receipt: Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L. (see clause 1)		
Port of Loading BENIMACLET	Port of Discharge NEWARK	Place of Delivery: Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L. (see clause 1)		

PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER

Kind of Packages; Description of goods; Marks and Numbers; Container No./Seal No.	Weight	Measurement
25 CONTAINERS SAID TO CONTAIN LOTS OF CHUFAS 1 BAG OF 17370.000 KGS NET OCIA CERTIFIED CROP 2007 REGISTER FDA N° 19679922310 SHIPPER SEAL: I-00127 CUSTOMS SEAL: I00127	17370.000 KGS	20.000 CBM

Above particulars as declared by Shipper, but without responsibility of or representation by Carrier (see clause 14)

Freight & Charges	Rate	Unit	Currency	Prepaid	Collect
BASIC OCEAN FREIGHT	1500.00	PER CONTAINER	USD		1500.00
BUNKER ADJUSTMENT FACTOR	0.00	PER CONTAINER	USD		0.00
CHASSIS USAGE	0.00	PER CONTAINER	USD		0.00
GOVERNMENT AGENCY	0.00	PER CONTAINER	USD		0.00
DOCUMENTATION FREE	0.00	PER BILL OF LADING	USD		0.00
HANDLING CHARGE DESTINAT	0.00	PER CONTAINER	USD		0.00
EMERGENCY BUNKER SURCHAC	0.00	PER CONTAINER	USD		0.00

Carrier's Receipt (see clause 1 and 14). Total number of containers or packages received by Carrier. 25 CONTAINERS	Place of Issue of B/L BENIMACLET (SPAIN)	<small> SHIPPED, as far as ascertained by reasonable means of checking, in apparent good order and condition unless otherwise stated herein, the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box entitled "Carrier's Receipt" for carriage from the Port of Loading (or the Place of Receipt, if mentioned above) to the Port of Discharge (or the Place of Delivery, if mentioned above), such carriage being always subject to the terms, rights, defences, provisions, conditions, exceptions, limitations, and liberties hereof (INCLUDING ALL THOSE TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE HEREOF NUMBERED 1-26 AND THOSE TERMS AND CONDITIONS CONTAINED IN THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF) and the Merchant's attention is drawn in particular to the Carrier's liabilities in respect of on deck stowage (see clause 18) and the carrying vessel (see clause 19). Where the bill of lading is non-negotiable the Carrier may give delivery of the Goods to the named consignee upon reasonable proof of identity and without requiring surrender of an original bill of lading. Where the bill of lading is negotiable, the Merchant is obliged to surrender one original, duly endorsed, in exchange for the Goods. The Carrier accepts a duty of reasonable care to check that any such document which the Merchant surrenders as a bill of lading is genuine and original. If the Carrier complies with this duty, it will be entitled to deliver the Goods against what it reasonably believes to be a genuine and original bill of lading, such delivery discharging the Carrier's delivery obligations, in accepting this bill of lading, any local customs or privileges to the contrary notwithstanding, the Merchant agrees to be bound by all Terms and Conditions stated herein whether written, printed, stamped or incorporated on the face or reverse side hereof, as fully as if they were all signed by the Merchant. IN WITNESS WHEREOF the number of original bills of Lading stated on this side have been signed and wherever one original Bill of Lading has been surrendered any others shall be void. </small>
Number & Sequence of Original B(s)/L THREE/3	Date of Issue of B/L 2014-12-12	
Declared Value (see clause 7.3)	Shipped on Board Date	

Signed for the Carrier A.P. Moller - Maersk A/S trading as Maersk Line
 MAERSK BENIMACLET S.A.

ANEXO 4. CERTIFICADO DE ORIGEN.

1. Nombre y Dirección del Exportador: FARMINDUSTRIA S.A. - URB. SANTA INES AV. MANSICHE 998 (HOSPITAL REGIONAL TRUJILLO) LA LIBERTAD TRUJILLO TRUJILLO Teléfono: 4117000 Fax: 4701170 Correo electrónico: ynapa@farmindustria.com.pe Número de Registro Fiscal: 20262996329		Certificado 2014-21-0000379 <p style="text-align: center;">CERTIFICADO DE ORIGEN Tratado de Libre Comercio entre Panamá y el Perú (Ver instrucciones al reverso)</p>			
2. Nombre y Dirección del Productor: VARIOS Teléfono: Fax: Correo electrónico: Número de Registro Fiscal:		3. Nombre y Dirección del Importador: dwdwqe - qweqwe - PANAMÁ Teléfono: 1313 Fax: 3113 Correo electrónico: usuairo@df.dw Número de Registro Fiscal: 123			
4. Ítem	5. Descripción de las Mercancías	6. Clasificación Arancelaria SA (6 dígitos)	7. Número de la Factura	8. Valor en Factura	9. Criterio de Origen
1	DASDASD	293621	0092.20	USD 23.00	A
2	SDADAS	293621	0092.20	USD 232.00	A
3	ASDASDASD	293621	0092.20	USD 23.00	A
4	12312312	293621	0092.20	USD 212.00	A
5	QWEQWEQWE	293621	0092.20	USD 23.00	A
6	SADASDAS	293621	0092.20	USD 21.00	A
10. Observaciones REEMPLAZO DEL CERTIFICADO DE ORIGEN No 2014-21-0000377 DE FECHA 10/11/2014. asdasd. evaluador.					
11. Declaración del exportador: El abajo firmante declara bajo juramento que la información consignada en este Certificado de Origen es correcta y verdadera y que las mercancías fueron producidas en <p style="text-align: center;">PERÚ (País)</p> y cumplen con las disposiciones del Capítulo 3 (Reglas de Origen y Procedimientos de Origen) establecidas en el Tratado de Libre Comercio entre Panamá y el Perú, y exportadas a <p style="text-align: center;">PANAMÁ (País de importación)</p> Lugar y fecha, firma del exportador:		12. Certificación de la entidad autorizada: Sobre la base del control efectuado, se certifica por este medio que la información aquí señalada es correcta y que las mercancías descritas cumplen con las disposiciones del Tratado de Libre Comercio entre Panamá y el Perú. Lugar y fecha, nombre y firma del funcionario y sello de la entidad autorizada Dirección: Calle Uno Oeste N 050 Urb. Córpac-San Isidro, Lima - Perú Teléfono: (511) 5136100 anexo 8030 Fax: (511) 5136100 anexo 8090 Correo electrónico: origen@mincetur.gob.pe			

ANEXO 5. LISTA DE EMPAQUE.

PACKING LIST

No.: 114/AJ/EXP/XVII/09

Quantity : 281 BAGS = 16.76 MT OF INDONESIAN COFFEE BEANS GRADE 1
 Shipped per : MV. CAPE FLORES 020W
 MV. MEDONTARIO 703S
 Port of Loading : SURABAYA, INDONESIAN PORT
 Destination : FREMANTLE PORT, AUSTRALIA



Marks	Description
15 / 1256 / 114 FIVE SENSES COFFEE 1 - 81	281 BAGS = 16.76 MT OF INDONESIAN COFFEE BEANS, CONSIST OF: 81 BAGS = 4.76 MT OF BALI ARABICA KINTAMANI WIB GRADE 1 (EX GROWER) 66 BAGS = 3.96 MT OF JAVA ARABICA WIB GRADE 1 134 BAGS = 8.04 MT OF BALI ARABICA KINTAMANI WIB GRADE 1
15 / 1256 / 114A JAVA ARABICA WASHED GRD 1 1 - 66	
15 / 1256 / 114B BALI KINTAMANI ARABICA WASHED GRD 1 1 - 134	
	Full & Sound : 168 Bags @ 60.9 Kgs : 10,231.20 Kgs Gross 108 Bags @ 60.8 Kgs : 6,566.40 Kgs Gross 1 Bags @ 18.9 Kgs : 18.90 Kgs Gross 1 Bags @ 56.9 Kgs : 56.90 Kgs Gross 1 Bags @ 42.8 Kgs : 42.80 Kgs Gross 1 Bags @ 12.8 Kgs : 12.80 Kgs Gross 1 Bags @ 72.8 Kgs : 72.80 Kgs Gross Balance : - Bags @ - Kgs : - Kgs Gross Total : 281 Bags : 17,001.80 Kgs Gross Less : Tare of 170 Bags of 0.9 kg each : 153.00 Kgs Tare of 111 Bags of 0.8 kg each : 88.80 Kgs Total : 16,760.00 Kgs Nett.

MALANG, NOV. 03, 2009

CONTAINER AND SEAL NR.

PE. "Asoal Jaya"
DAMPIT - MALANG

KKTU 7507751

BAP 08299