

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES MEXICANOS”

Autor: Karla Meneses Zarazua

Tesis 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 PRODUCTOS ARTESANALES MEXICANOS

T E S I N A

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

Presenta:

KARLA MENESES ZARAZUA

ASESOR DE TESINA:

MTRA. DEYANIRA EUNICE CASTELLÓN RIVERA

CLAVE 16PSU0011T

ACUERDO No. LIC 091108



LÁZARO CÁRDENAS, MICH., FEBRERO 2021

DEDICATORIA

Esta tesina esta ofrecida a las siguientes personas sin que el orden de la aparición afecte el agradecimiento que tengo en cada una de ellas.

Doy gracias a Dios que a pesar de estar pasando por grandes cambios mundiales que nos han cambiado totalmente la normalidad del día a día, me permita gozar de buena salud permitiéndome poder llegar a este momento y concluir con éxito esta etapa de mi vida.

A mis padres, por acompañarme en todo este trayecto brindándome su apoyo moral y económico para consolidar este propósito.

A mis hermanas por la motivación y buenas vibras que me dieron para lograrlo.

A esa persona que confió en mí y me dio la oportunidad de crecer en lo laboral como en lo profesional, gracias.

A mi asesora de tesina, Mtra. Deyanira Eunice Castellón Rivera por el apoyo, enseñanza y paciencia brindada.

Y a mi hijo Hiram Hernández Meneses quien es y seguirá siendo el proyecto más importante y motor de mi vida, te amo con el corazón y mi alma.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	vi
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	viii
JUSTIFICACIÓN	ix
OBJETIVO GENERAL	x
CAPÍTULO 1. MARCO REFERENCIAL	11
1.1 ARTESANIAS.....	11
1.2 HISTORIA.....	11
1.2.1 Oaxaca.....	12
1.2.2 Chiapas.....	13
1.3 CARACTERISTICAS DE LAS ARTESANÍAS.....	14
1.3.1 Artesanías de Aguacatenango.....	14
1.3.2 Chenalhó.....	15
1.3.3 San Cristóbal de las Casas.....	16
1.3.4 Tenejapa.....	16
1.3.5 San Pedro de Amuzgos.....	17
1.3.6 San Andrés Chicahuaxtla.....	18
1.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS.....	18
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	20
2.1. FUNDAMENTO LEGAL.....	20
2.1.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.....	20
2.1.2. Ley Aduanera.....	20
2.1.3 Ley de Comercio Exterior.....	21
2.1.4 Ley de Impuestos Generales de Importación y Exportación LIGIE.....	24
2.1.5 Tratado de Libre Comercio ALADI.....	25
2.2. DESPACHO ADUANERO.....	25
2.2.1 Agente Aduanal.....	25
2.2.2 Contrato de compra-venta.....	26
2.2.3 Registro Federal de Contribuyentes (RFC).....	27
2.2.4 Pedimento.....	27
2.2.5 Factura Electrónica.....	28
2.2.6 Tarifa (TIGIE).....	28
2.3. REGULACIONES.....	29
2.3.1. Regulaciones de etiquetado.....	30
2.3.2 Código Fiscal de la Federación.....	30
2.4. ENVASE Y EMBALAJE.....	30
2.5. CLASIFICACION ARANCELARIA.....	31
2.6. NORMAS TÉCNICAS.....	34

CAPÍTULO III. INVESTIGACION DE MERCADO.	35
3.1 SELECCIÓN DEL PAÍS META.	35
3.2 MERCADO META.	35
3.3 LOGÍSTICA INTERNACIONAL.	36
3.4 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.	39
3.4.1 Microlocalización.	40
3.4.2. Macrolocalización.	41
3.5 DEMANDA Y OFERTA.	43
3.5.1. Proveedores	43
3.6. ANALISIS FODA.	44
3.7 PLANEACION ESTRATEGICA.	45
3.7.1 Misión	45
3.7.2 Visión	45
3.7.3 Objetivos	46
3.7.4. Políticas	46
3.7.5 Calidad del producto	47
3.7.6 Logotipo de la empresa	47
3.7.7 Organigrama de la empresa	48
3.7.8. Descripción del análisis de puestos.	49
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS FINANCIERO.	54
4.1. INVERSION INICIAL.	54
4.1.1. Permisos	54
4.1.2. Inversión fija	56
4.1.3. Aportación de socios.	57
4.2. ANALISIS DE COSTOS	57
4.2.1. Costos fijos.	57
4.2.2 Costos variables.	58
4.2.3. Costos de Exportación.	58
4.3 PUNTO DE EQUILIBRIO Y PRECIO	59
4.4 BALANCE GENERAL	61
CONCLUSIONES.	62
BIBLIOGRAFÍA	64
ANEXOS	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Blusa artesanal y Figura 2. Blusa artesanal	15
Figura 3. Huipil Chenalhó y Figura 4. Herencia textil.	16
Figura 5. Bolsos y calzado y Figura 6. Vestidos	16
Figura 7. Huipil bordado y Figura 8. Huipil tejido	17
Figura 9. Blusas con tejido de animales y Figura 10. Vestido Amuzgo	17
Figura 11. Huipil triqui.....	18
Figura 12. Envase y Figura 13. Embalaje	31
Figura 14. Microlocalización de la empresa <i>Jhara a lo mexicano</i>	40
Figura 15. Macrolocalización de la empresa.....	41
Figura 16. Mapa de Ruta destino.	42
Figura 17. Logotipo.....	48
Figura 18. Organigrama de la empresa.....	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación arancelaria	32
Tabla 2. Clasificación de aranceles para los productos textiles tejidos de punto.	32
Tabla 3. Clasificación de aranceles para prendas de algodón excepto de punto.	33
Tabla 4. Clasificación de aranceles para blusas de algodón.	33
Tabla 5. Análisis FODA.	44
Tabla 6. Permisos.....	56
Tabla 7. Gastos pre operativos.....	56
Tabla 8. Inversión fija.	57
Tabla 9. Desglose de inversión fija.....	57
Tabla 10. Costos fijos.....	58
Tabla 11. Costos variables.....	58
Tabla 12. Gastos de exportación.....	59
Tabla 13. Precio Venta.....	60
Tabla 14. Flujo de efectivo.....	60
Tabla 15. Punto de equilibrio.....	60
Tabla 16. Balance de gastos e ingresos.....	61

INTRODUCCIÓN

Resulta indispensable considerar el proceso histórico, en cada una de sus etapas, para comprender el desarrollo de las artesanías en el área textil, y así tener elementos de juicio que nos permita evaluar su situación actual y buscar alternativas que aseguren la supervivencia de la actividad artesanal, no solo como una responsabilidad para salvaguardar nuestras tradiciones si no como elementos de desarrollo socioeconómicos para las clases marginadas de nuestro país. Lo que nos lleva a preguntarnos si América del sur, ¿será una oportunidad de negocio para exportar productos artesanales?

Se presentan cuatro diferentes capítulos desglosados; el primero, denominado Marco Referencial, que tiene el propósito de conocer y analizar nuestras más profundas raíces históricas y culturales de nuestros productos artesanales, el medio ambiente que lo rodea y que condiciona su proceso.

El segundo capítulo Marco Teórico, se tiene el propósito de dar un sistema de conceptos y proposiciones que permitan orientar la búsqueda, la conceptualización adecuada de términos utilizados, prevenir errores, amplía el horizonte del estudio y guía al investigador, damos a conocer todos aquellos organismos, leyes, secretarías, tratados, regulaciones, clasificación arancelaria que van a regir la exportación y que a las cuales se debe dar cumplimiento a cada uno de los requisitos mencionados que son necesarios para poder llevar el proceso de manera fluida y correcta siempre apegada a la ley y así evitar incumplimiento u obligación contractual y de cualquier requisito de seguridad, que pueda tener como consecuencia para la empresa algún tipo de multa o demanda.

Explica el Envase y Embalaje, que se relaciona con los materiales que se envasan el producto parte fundamental para el transporte, manejo y distribución del mismo, brindan información y crean una fácil identificación inmediata al consumidor cumpliendo con los estándares establecidos para su comercialización e introducción al país destino.

Este tercer capítulo Investigación de Mercado, es de suma importancia porque nos guía y orienta en la toma de decisiones ya que nos brinda información de nuestro mercado, productos lo cual nos ayuda a desarrollar una estrategia de marketing exitosa, reducir riesgos ya que nos permite determinar los precios desde un inicio. Después de conocer nuestro producto aquí hacemos un análisis profundo de nuestro FODA, evaluando y conociendo a nuestro país comprador, lo que nos permitirá saber aplicar la logística que vamos a utilizar y la planeación estratégica para llevar a cabo una exportación exitosa.

El cuarto capítulo Análisis Financiero, nos permite interpretar los hechos financieros en base a un conjunto de técnicas o herramientas que conducen a la toma de decisiones, además estudiamos la capacidad de financiamiento e inversión de la empresa a partir de los estados financieros. Asimismo, se Analizó, Diagnostico la Liquidez, solvencia y endeudamiento, ya que proporciona a los directivos y propietario una medida del efecto esperado que tiene las decisiones estratégicas y de gestión en el valor de la empresa.

Al finalizar el documento se encuentran las conclusiones, donde se destacan los aspectos más relevantes e importantes de esta investigación. La bibliografía, donde se relacionan todos los documentos, artículos, leyes, libros consultados y que sustentan la teoría de este proyecto. Por último, están los Anexos que sustentan algunos de los requisitos necesarios que se deben documentar.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

México siempre ha tenido problemas de índole económica, pero se está haciendo que los productos artesanales cobren un nuevo valor. Este cambio de enfoque, está generando un sector favorable para diseñadores emergentes que ofrecen productos exclusivos, basados en el “hecho a mano”. Pero no se trata de volver atrás, sino de un concepto más vanguardista de la artesanía y una nueva visión, más fresca y emocional donde tradición e innovación se dan la mano para dar lugar a una nueva percepción de lo artesanal.

A nivel internacional las artesanías mexicanas cuentan con un gran reconocimiento y valoración, por ser productos que manifiestan la diversidad cultural de una sociedad, lo que ha permitido al sector convertirse en un atractivo mercado con potencial de crecimiento. Datos de ProMéxico muestran que los principales destinos de exportación de las artesanías mexicanas son Australia, Alemania, Canadá, Colombia, España, Estados Unidos e Italia. La exportación de las artesanías mexicanas en los diversos mercados internacionales ayuda a incrementar la utilidad, además de fortalecer la economía de los artesanos.

El origen de las artesanías mexicanas proviene de las zonas rurales, gracias a que los artesanos se han valido de los recursos naturales de su región, como el barro, madera, textiles, talavera, cobre, entre otros para crear sus diseños, el comercio de las artesanías mexicanas es privilegiado, debido a que cuenta con texturas y patrones tradicionales que han sido bien recibidos en zonas turísticas nacionales e internacionales.

América del sur, ¿será una oportunidad de negocio para exportar productos artesanales?

JUSTIFICACIÓN

Mediante el desarrollo de este proyecto y poniendo en práctica lo aprendido durante la carrera se permite dar a conocer y reconocer las artesanías elaboradas a mano por mujeres cabeza de familia de las distintas ciudades del país y generar un verdadero componente de desarrollo en el futuro de este sector, articulando una cadena productiva en el eslabón de comercialización.

El presente proyecto busca diseñar un plan de comercialización y exportación de productos artesanales mexicanos con el fin de generar auto sostenibilidad de las tradiciones en las poblaciones indígenas, amuzgas, triquis, ya que es realmente una tradición muy antigua que sigue perdurando, totalmente realizadas por manos de nuestras mujeres nativas de cada población y por ello surge este proyecto.

Este tema trata en exportar y dar a conocer internacionalmente la calidad de nuestros productos artesanales mexicanos de nuestras bellas ciudades de Oaxaca y Chiapas hasta Bolivia. La idea surgió de la venta en línea desde Instagram y Facebook de productos artesanales mexicanos y el éxito que se ha tenido sobre todo el gran alcance logrado.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de comercialización y exportación de productos artesanales mexicanos al país de Bolivia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.- Conocer las artesanías para promocionarlas mejor y lograr una exportación a largo plazo.

2- Identificar todos los trámites del proceso aduanero para realizar una exportación exitosa, tales como facturación, llenado de pedimento, clasificación arancelaria entre otros.

3.- Realizar una investigación de mercado para identificar las características de los proveedores y del mercado meta, a través de Seleccionar los canales de comercialización.

4.- Determinar las estrategias de precio óptimas para la exportación y proyectar el análisis financiero para la rentabilidad.

CAPÍTULO 1. MARCO REFERENCIAL

El presente proyecto de productos artesanales mexicanos representa la necesidad de analizar nuestras más profundas raíces históricas y culturales. El vestido es una forma de expresión utilizada por el hombre para manifestar sus valores sociales, económicos, culturales y artísticos. La artesanía es por lo tanto una expresión artística del hombre, resultado del medio ambiente que lo rodea y que condiciona su conducta.

1.1 ARTESANIAS.

Artesanía se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie o industrial. Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte. Para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado es también importante.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo coste, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad. Otra dificultad para los artesanos es la forma de comercializar sus productos, ya que es una característica de la artesanía, que se realiza en talleres individuales o de pocas personas, con poca capacidad para llegar al mercado.

1.2 HISTORIA

Las manos mexicanas han tenido por historia gran magia para crear cosas, ello se asiente cuando miramos las hermosas artesanías que van desde lo más simple y variado, hasta complejas creaciones ya sean de barro, madera, cerámica,

alambre, migajón, cobre, textiles, cantera, vidrio, talavera. Dentro de los distintos estratos de una sociedad jerarquizada, los antiguos mexicanos consideraban a los artesanos como un sector privilegiado y estimados altamente por sus dignatarios quienes recurrían a ellos para elaborar los atuendos y objetos necesarios para su vida cotidiana y ceremonial, basta ver las esculturas que realizaron para darnos cuenta del cuidado y habilidad que le prestaban a cada uno de sus trabajos.

Para la época colonial y el virreinato es indudable que los españoles se abastecían de obras realizadas por los artesanos mexicanos, dando como resultado un sincretismo artesanal de armoniosas figuras y estilos aplicados a su trabajo. La producción artesanal se acrecentó con materias primas, diseños, colores, y formas, gracias en buena medida, a las influencias europeas, africanas y asiáticas que por diversas razones dejaban su huella.

Las artesanías en general se producen en los talleres familiares o en los talleres del maestro artesano en áreas rurales e incluso urbanas, se dirigen a un consumo para cubrir necesidades elementales con productos como la loza de barro, sombreros, petates, huaraches, muebles, bordados, etcétera. Incluso, aún se producen objetos ligados a la vida ceremonial de las clases campesinas y populares urbanas. Los huipiles de las mujeres poseen figuras que las identifican de acuerdo al grupo al que pertenecen. Todo este trabajo le da una importancia cultural de diversos rangos.

1.2.1 Oaxaca.

Los textiles que identifican a la ciudad de Oaxaca son, en especial, los productos de mantelería, característicos por sus inigualables diseños de reminiscencia prehispánica y colonial. Se elaboran tradicionalmente en telar de pedal y lanzaderas, con hilo de algodón, de color natural y teñidos con tintes naturales y artificiales. Los artículos de mayor producción son: manteles, servilletas, tapetes, cortinas, colchas, fundas y toallas. Todos ellos diseñados para cumplir su función utilitaria y para lucir como verdaderas piezas decorativas. Además de estos

productos, existe una gran variedad de artesanía textil proveniente de localidades cercanas a la ciudad, y de las demás regiones del estado.

Todas inconfundibles por sus diseños y colores de gran originalidad que identifica a cada región. De Teotitlán del Valle, Mitla y Tlacolula, provienen las cobijas, jorongos, alfombras y tapetes, elaborados en telar de pedal, con hilo de lana, al natural y teñida con tintes naturales. Los diseños de éstos, van desde códigos y personajes zapotecas, hasta reproducciones pictóricas de Tamayo, Toledo y Picasso. De Mitla y Santo Tomás Jalieza se tienen: rebozos, vestidos, huipiles, blusas, gabanes, chales, bolsas, fajas, tapetes, servilletas y manteles, elaborados con hilo de algodón, lana y estambre. De San Antonino Castillo Velasco, vestidos y blusas bordadas con hilo seda.

De Tlaxiaco, Tuxtepec y Huautla de Jiménez son los famosos trajes regionales, de origen prehispánico, que incluyen: huipiles, enredos y quexquémits, inigualables por sus vistosos diseños, elaborados en telar de cintura. De la región del Istmo de Tehuantepec, vistosos trajes regionales de la mujer istmeña, característicos por su elaboración a base de telas de seda y terciopelo con finos bordados de flores multicolores (Oaxaca mía, s.f.).

1.2.2 Chiapas.

Prácticamente todas las ramas artesanales existentes tienen su representación en Chiapas. No hay que olvidar que todas estas expresiones artísticas se hacen en primer lugar para satisfacer las necesidades de los pueblos productores, tanto para uso diario como ceremonial. La herencia maya es evidente en el arte textil en diferentes etnias, tanto en los colores, símbolos y diseños, como en las costumbres aprendida desde pequeños a manera de juego para crear su propia indumentaria. Huipiles, faldas, camisas, rebozos, blusas, ceñidores, pantalones, chales y mantelería fina.

Los motivos y colores muestran un gusto por la vida y la naturaleza, con mariposas, aves, flores y símbolos en colores rojo, azul turqués, amarillo, morado, rosa y otros tonos. Resaltan los elaborados en Zinacantán y también son bellos los realizados en Magdalenas, Lazrráinzar, Venustiano Carranza, Sibaca y San Juan Chamula, que pueden encontrarse en mercados y tiendas de artesanías en las diferentes ciudades del estado.

Indudablemente los textiles ocupan el más importante lugar entre las artesanías del estado. Las mujeres se ocupan en tejer en telar de cintura hermosas telas que sirven tanto para su indumentaria y la de los hombres, como para toda clase de lienzos ceremoniales o decorativos. Se usan lana y algodón, muchas veces combinados en una sola prenda, y frecuentemente la lana se colorea con tintes naturales. Por la complejidad de estos textiles y la tradicionalidad de sus diseños brocados, estas prendas tienen gran demanda entre los visitantes.

1.3 CARACTERÍSTICAS DE LAS ARTESANÍAS.

Son elaborados tradicionalmente en telar de pedal y lanzaderas, con hilo de algodón, de color natural y teñidos con tintes naturales y artificiales, los famosos trajes regionales de origen prehispánico, elaborados a base de telas de seda y terciopelo con finos bordados de flores multicolores. Todos inconfundibles por sus diseños y colores de gran originalidad que identifica a cada región (Oaxaca mía, s.f.) En estos pueblos se elabora la mayor demanda de producción de los productos artesanales que se comercializan gustando por sus finos e únicos detalles que los distinguen como lo son Aguacatenango, Chenalhó, San Cristóbal de las casas, Tenejapa, San Pedro de Amuzgos, San Andrés Chicahuaxtla.

1.3.1 Artesanías de Aguacatenango.

En este pueblo ubicado al sureste de San Cristóbal de Las Casas en Chiapas, con una población aproximadamente de 3500 habitantes, que hablan el dialecto tzeltal; son las mujeres de Aguacatenango quienes se dedican mayormente a la

confección y bordado de blusas en tela de algodón, aunque la blusa tradicional es la que usan ellas que por lo general es de una tela sintética satinada, de manga corta, con aplicaciones bordadas, encajes, olanes, listones y pespuntos decorativos (Claire & Pérez Cánovas, 2017). Ellas cortan la tela con las manos tomando medidas de cuartas y brazos, y es un conocimiento que van heredando y perfeccionado, como se observa en las figuras 1 y 2.



Figura 1. Blusa artesanal



Figura 2. Blusa artesanal

1.3.2 Chenalhó.

Este pueblo originario de Chiapas, la herencia ya es evidente en el arte textil de las diferentes etnias (tzotziles, tzeltales y tojolabales), se puede ver los colores, diseños y técnicas de elaboración. Los textiles se realizan en telares de cintura con motivos y colores que muestran un gusto por la vida y la naturaleza, con motivos florales, somorfos y antropomorfos, así como símbolos rojo, amarillo, azul, verde o blanco, plasmados en huipiles faldas rebozos, blusas, pantalones, chales y mantelería fina. Se pueden encontrar grandes obras textiles esencialmente de algodón y de lana. Con un tiempo aproximado de confección de 3 meses. En las figuras 3 y 4 se puede apreciar una muestra de las prendas aquí descritas.



Figura 3. Huipil Chenalhó



Figura 4. Herencia textil.

1.3.3 San Cristóbal de las Casas.

Una extensa gama de textiles que son el resultado de la conjunción de varias etnias. Usted encontrará bellos bordados, sarapes, faldas, bolsos y tejidos de lana. En las figuras 5 se aprecian ejemplos de los bolsos y calzado bordado y en la figura 6 se observa un ejemplo de vestido bordado, así como de un chal tejido, prendas que se elaboran en San Cristóbal de las Casas.



Figura 5. Bolsos y calzado



Figura 6. Vestidos

1.3.4 Tenejapa.

El pueblo de Tenejapa es una comunidad indígena, situado a 28 kilómetros de San Cristóbal de Las Casas, hablan Tzeltal, las mujeres tenejapanecas son incomparables tejedoras; sus huipiles son auténticas obras de arte, elaborados en telar de cintura, con bellos adornos tradicionales. Los diseños en los huipiles son bordados o tejidos. Sin embargo, los huipiles tejidos son mucho más costosos,

posiblemente porque la tela blanca del algodón debe también ser tejida a mano. En la figura 5 se aprecia un huipil bordado y en la figura 6 uno tejido.



Figura 7. Huipil bordado



Figura 8. Huipil tejido

1.3.5 San Pedro de Amuzgos.

Pueblo de Oaxaca que se denomina por su mismo nombre de idioma, el amuzgo. Es un pueblo de hiladores conocidos internacionalmente por sus telas complejas, donde usan dibujos geométricos o representaciones de animales pequeños de colores abstractos y motivos florales. En la figura 9 se aprecian blusas con tejido en forma de animales, así mismo en la figura 10 se puede observar un vestido amuzgo.



Figura 9. Blusas con tejido de animales



Figura 10. Vestido Amuzgo

1.3.6 San Andrés Chicahuaxtla.

Pueblo y agencia municipal habitado por indígenas triquis, ubicado al noroeste del estado de Oaxaca. Los huipiles triquis tejidos por las mujeres son una muestra de gran destreza con que cuentan estas mujeres indígenas y que incluso podría decirse que es el símbolo que representa a esta etnia, con diseños coloridos y de color rojo. El tiempo que conlleva su elaboración depende de su tamaño, mismo que depende de la estatura de la mujer que lo va a portar, como una niña o una mujer adulta, es tejido durante un tiempo que va de 4 a 6 meses, también depende de su calidad y belleza.



Figura 11. Huipil triqui

1.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS.

La exportación de productos artesanales mexicanos que estamos por llevar a cabo a Bolivia tiene sus ventajas y desventajas que en seguida mencionare para analizarlas. Entre las ventajas principales que se tienen en llevar a cabo la exportación de productos artesanales hacia Bolivia se pueden enumerar las siguientes:

- La artesanía mexicana se convierte en uno de los elementos decorativos más utilizados en las casas y su ropa ha dado un cambio en estilo moderno conservando las raíces.

- Las artesanías por lo general se producen a manos de creadores que obtienen su sustento a partir de su producción. Micro empresarios se ven beneficiados por la venta de sus creaciones y la economía local se fortalece.
- Cada creación es única e irrepetible, ello le brinda una personalidad especial a las piezas que generan las manos de los creativos del diseño artesanal.
- Un diseño artesanal dice mucho del espíritu de quien lo crea, de su comunidad y de la visión de mundo que se tiene en la localidad donde se produce poseen. A través de la artesanía es posible conocer más de cultura, valores y costumbres de pequeñas comunidades.
- Creatividad sin límites, dejarse influenciar por lo que los creativos de la artesanía producen genera un enriquecimiento para cualquier creativo del diseño. Si te involucras con técnicas artesanales o por lo menos aprendes a apreciar sus formas, tu labor creativa será más completa.

Sin embargo a pesar de que se encuentran varias ventajas, también se pueden enumerar algunas desventajas:

- El volumen de la producción es generalmente reducido.
- No puede competir con las grandes industrias.
- Se requiere un mayor costo de la mano de obra.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

En este capítulo se da a conocer todos aquellos organismos, leyes, Secretarías, tratados y acuerdos que van a regir en la exportación de productos artesanales mexicanos donde se debe dar el cumplimiento para poder llevar el proceso de manera fluida y apegada a la ley que se marca. Qué tipo de normas requiere la mercancía antes de ser exportada, así como las regulaciones y restricciones no arancelarias.

2.1. FUNDAMENTO LEGAL.

El exportar de una manera exitosa y adecuada los productos artesanales mexicanos a otro país conlleva una ruta de procesos y pasos respetando leyes, reglamentos, normas oficiales entre otros más. El seguimiento de las leyes y reglas establecidas tanto por el país de origen como el de destino, eso asegurará realizar un proceso de exportación adecuado y correcto.

2.1.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Con base con el artículo 5 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que a ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos (DOF, 2020). El ejercicio de esta libertad sólo podrá vedarse por determinación judicial, cuando se ataquen los derechos de tercero, o por resolución gubernativa, dictada en los términos que marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad. Nadie puede ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial.

2.1.2. Ley Aduanera.

Se comprende que para hacer una exportación o importación de mercancías se debe tener en cuenta las reformas y las bases legales de la Ley Aduanera y su reglamento para regular la estabilidad de la producción nacional, el comercio exterior, así como la economía del país por medio de las mismas.

- ✓ Artículo 36, Fracción I, Inciso b). Documentos para la importación de mercancías. Conocimiento de embarque marítimo o guía aérea.
- ✓ Artículo 162, Fracción VII. *Obligaciones del Agente Aduanal*. Crear archivo con copia de los pedimentos tramitados anexando los documentos tramitados (conocimiento de embarque).
- ✓ Artículo 38 (del Reglamento de la Ley Aduanera). Las empresas de mensajería y paquetería que transporten Mercancías que ingresen o salgan del territorio nacional por cualquier medio de transporte, deberán transmitir al SAT, a través del Sistema Electrónico Aduanero, el manifiesto de carga, el cual deberá contener el número e información del conocimiento de embarque (DOF, Cámara de Diputados, 2020).

2.1.3 Ley de Comercio Exterior.

Para exportar productos artesanales a Bolivia se necesitará aplicar los artículos necesarios por mencionar el 1º, 2º, 3º de la Ley de Comercio Exterior, que tiene por objeto promover y regular la economía del país para la estabilidad de la producción nacional, aumentar o disminuir las cuotas arancelarias, así como determinar las cuotas compensatorias definitivas, proyectar y proponer criterios generales y modificaciones en controles del comercio exterior.

El Artículo 4º se refiere a las medidas de regulaciones o restricciones a la exportación de mercancías, en su fracción I y V, a que se refiere la fracción II incisos (a, b, y d) del artículo 1º.

- I. Para asegurar el abasto de productos destinados al consumo básico de la población, abastecimiento de materias primas a las industrias o regular o controlar recursos renovables, conforme a las condiciones del mercado internacional.
- V. Cuando se requiera conservar los bienes de valor histórico, artístico, arqueológico o valioso por cualquiera otra circunstancia

El Artículo 5º en su fracción II establece lo siguiente:

- II. Las medidas de regulación o restricciones a la importación de mercancías, para dar cumplimiento en los tratados o convenios internacionales suscritos por México.

El Artículo 6º, señala que en los permisos para exportar o importar mercancías se indicarán las modalidades, condiciones y vigencias que se sujeten así, como la cantidad o volumen de la mercancía a exportar y su valor y los demás datos o requisitos que sean necesarios (DOF, Cámara de Diputados , 2006).

Para la exportación de productos artesanales es necesario conocer la Ley del Comercio Exterior junto con sus reglas para los efectos del artículo 59 fracción III de la misma manifiesta que se deben de cumplir con los requisitos denominados:

- ✓ Capítulo 2.6.2. El conocimiento de embarque o guía aérea que se anexe al pedimento, debe estar revalidado por la empresa transportista o la compañía naviera.
- ✓ Capítulo 2.12.2. Infracción relacionada con las obligaciones quienes no anexen al pedimento la documentación presentada en el artículo 36 de la Ley Aduanera (conocimiento de embarque).
- ✓ Artículo 59-A. Quienes introduzcan o extraigan mercancías del territorio nacional para ser destinadas a un régimen aduanero, están obligados a transmitir mediante documento electrónico a las autoridades aduaneras la información relativa a su valor y, en su caso, demás datos relacionados con su comercialización, antes de su despacho aduanero, en los términos y condiciones que establezca el Servicio de Administración Tributaria mediante reglas, misma que se entenderá por transmitida una vez que se genere el acuse correspondiente que emita el sistema electrónico aduanero. El acuse se deberá declarar en el pedimento, para los efectos del artículo 36 de esta Ley y demás disposiciones aplicables.

Para efectos de lo dispuesto en los artículos 6° y 36° de la Ley, las personas que deban realizar transmisiones al sistema electrónico aduanero, podrán emplear el sello digital, para lo cual deberán obtener el certificado de sello digital a través del software *SOLCEDI*, que se encuentra disponible en la página electrónica www.sat.gob.mx, en el Apartado de *FIEL*.

Una vez descargado el software, se solicitará el certificado del sello utilizando la FIEL vigente de quien firmará los documentos o los pedimentos, de acuerdo a las disposiciones jurídicas y en el campo de “Nombre de la sucursal o unidad”, se deberá indicar:

- I. COMERCIO EXTERIOR, cuando el sello se utilice para transmitir pedimentos.
- II. ACUSE DE VALOR, cuando el sello, se utilice para transmitir la información a que se refiere el artículo 59-A de la Ley o para la digitalización de documentos.
- III. VUCEM, para ingresar o realizar cualquier trámite o transmisión a la Ventanilla Digital, incluso las señaladas en la fracción anterior.

Para efectos del artículo 6o. de la Ley, las personas físicas y morales que realicen trámites a través del sistema electrónico aduanero, deberán contar con lo siguiente:

- I. El certificado de la FIEL vigente y activo, de la persona moral o física de que se trate. Las personas morales, podrán utilizar el sello digital en lugar de la fiel.
- II. RFC con estatus de activo.
- III. Domicilio localizado en el RFC o en proceso de verificación por parte del SAT.

Para poder realizar los trámites a través del sistema electrónico aduanero, los usuarios deberán registrar, lo siguiente:

- I. Nombre, denominación o razón social de la persona física o moral.
- II. RFC vigente y activo.
- III. Dirección de correo electrónico para recibir notificaciones, a la cual serán enviados los avisos de disponibilidad de notificación relacionados con el trámite.

2.1.4 Ley de Impuestos Generales de Importación y Exportación LIGIE

Son básicamente las normativas relativas al Comercio Exterior. Es decir, regulan la entrada y salida en el territorio nacional de mercancía, así como los medios de transporte, el despacho aduanero y los actos relacionados con el comercio internacional. Todas aquellas personas relacionadas con el ingreso o extracción de mercancía ya sea temporal o permanentemente del territorio nacional tienen que cumplir con esta Ley, como los Importadores y Exportadores de mercancías, Propietarios de productos, Poseedores de mercancías, Destinatarios y Remitentes de productos y mercancías, Apoderados y Agentes Aduanales (DOF, Cámara de Diputados, 2020).

Esta ley se conforma de Tarifas de los Impuestos Generales de Importación y Exportación (TIGIE) y se compone de tres cosas: Nomenclatura o código del sistema armonizado; Códigos de aranceles y Descripción por pagar. Existen dos valores de la mercancía sobre los cuales se aplican las tarifas:

1. El valor en aduana de las mercancías (valor de transacción de la mercancía), es decir, el precio pagado por las mismas.
2. Cuando lo anterior no sea posible, entonces se determinará conforme a los siguientes criterios en orden sucesivo y por exclusión: Valor de transacción de mercancías idénticas, Valor de transacción de mercancías similares, Valor de precio unitario de venta determinado, Valor reconstruido de las mercancías importadas y Valor determinado.

2.1.5 Tratado de Libre Comercio ALADI

El Tratado Bolivia-México, depositado en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), como Acuerdo de Complementación Económica (ACE) No 31, entró en vigencia el 1o de enero de 1995. Luego de 16 años de vigencia del TLC y a partir del 07 de junio de 2010, ambos países decidieron dejar sin efecto al ACE N°31 sustituyéndolo por un nuevo Acuerdo de Complementación Económica (ACE N°66) que permitiría mantener el libre comercio de mercancías sin modificar el tratamiento arancelario preferencial pactado en el TLC denunciado. El nuevo Acuerdo entró en vigor el 07 de junio de 2010. Con el nuevo Acuerdo el gobierno de México garantiza el acceso de los productos artesanales mexicanos al mercado de ese país, particularmente de pequeñas y medianas empresas, que cada día conectan más con el mundo (SICE-OEA, 2020).

2.2. DESPACHO ADUANERO

En la exportación de productos artesanales la Ley Aduanera tendrá como objetivo reglamentar y regular las operaciones aduaneras en los trámites y documentos principales que se utilizarán, comprobando la exportación de manera y forma legal, señalando que deberá manifestarse toda la documentación necesaria para exportar.

2.2.1 Agente Aduanal.

El agente aduanal quien están legalmente autorizados para actuar en nombre del exportador y se encargara de todo lo siguiente: Del papeleo necesario para que la mercancía pueda salir del país sin problema, de presentar la mercancía en la aduana, presentar el pedimento de exportación oficial aprobado por SHCP, la factura en valor nominal, cumplir con el pago de DTA, certificado de origen y carta porte, Tramitar el pedimento de transito interno y anexar una lista de empaque.

Los documentos de mayor importancia son la lista de empaque, la factura comercial, los cuales son necesarios para que el agente aduanal pueda elaborar el

pedimento de exportación, se obtengan preferencias arancelarias en países con los que México tenga tratados comerciales o acuerdos a través de certificados de origen y no se demore el despacho aduanero.

Generalmente la tarifa de un agente aduanal es el 0.18% del valor de las mercancías de exportación además podría haber erogaciones adicionales por demoras, sanciones administrativas, manejos y manipulaciones especiales; estos gastos deben estar sustentados para reconocer cuales son atribuibles a la actuación del agente aduanal. (Ceballos, 2020)

2.2.2 Contrato de compra-venta.

El contrato de compra-venta es aquel contrato bilateral en el que una de las partes (vendedora) se obliga a la entrega de una cosa determinada y la otra (compradora) a pagar por ella a un precio determinado entre ambas partes. En este caso nuestro contrato de compra-venta de común acuerdo será internacionalmente con los países de México y Bolivia en el cual especifica detalladamente las cláusulas, acuerdos, pagos, entre otros, por medio de este contrato se enviará mercancía de consumo humano lo que será la pulpa de mango congelada, teniendo como contraprestación el pago de un precio determinado. Para que se configure el contrato debe existir: (ver *Anexo 1*)

- Oferta: Propuesta de contrato dirigida a una o más personas (información del oferente, mercancía, condiciones de pago, momento y lugar de entrega)
- Aceptación: Consentimiento respecto de la oferta, es decir aceptación de términos y condiciones.

Obligaciones del vendedor: Debe transmitir la propiedad o título de derecho, conservar el bien objeto de la compraventa hasta su entrega, garantizar al adquiriente una posesión útil y responder por los vicios y defectos ocultos que tenga el bien.

Obligaciones del comprador: Pagar el precio pactado, así como los intereses en caso de retraso o de compraventa con precio aplazado, recibir el bien comprado en buen estado.

2.2.3 Registro Federal de Contribuyentes (RFC)

Es una clave alfanumérica, compuesta por 13 dígitos, que sirve para identificar como contribuyentes a las personas físicas o morales. Esto con la finalidad de controlar el pago de impuestos al fisco. En el caso del RFC para personas morales o empresas se compone de este modo: Si el nombre de la empresa está compuesto por tres palabras se usa la primera letra de cada una. Si solo tiene dos se usa la primera de la primera palabra y las dos primeras letras de la segunda; pero para los que solo tengan una se usan las 3 primeras letras, fecha de la constitución de la empresa (en el mismo formato año, mes y día) y la homoclave que asigna el SAT (SAT, 2020), (ver Anexo 2).

2.2.4 Pedimento.

El pedimento aduanal es un comprobante fiscal donde se demuestra que se han pagado todas las contribuciones ante la autoridad aduanera por la entrada y/o salida de las mercancías de comercio exterior hacia o desde el territorio nacional. Este documento comprueba la estancia legal de las mercancías y que fueron importadas a nuestro país, en él se asientan datos como RFC, domicilio fiscal y nombre del importador, aduana de arribo de las mercancías, régimen aduanero, nombre del proveedor, país de origen de las mercancías, fracciones arancelarias, cantidades y unidades de medida, número de bultos, factura comercial, que amparan a dichas mercancías, valor comercial de las mercancías, Incoterms, restricciones y regulaciones no arancelarias, entre otros.

Como consumidores, en caso de adquirir de primera mano productos importados, debemos asegurarnos que estos sean amparados con una factura, que además debe contener lo siguiente: Número de pedimento con el que fue importada

a territorio nacional, fecha del pedimento en la que fue importada a territorio nacional, nombre de la Aduana por la cual se realizó la importación.

La Ley Aduanera en su artículo 146 señala que la documentación con la que se deberá amparar las mercancías de origen y procedencia extranjera consiste, entre otras (Hernandez, 2011), (ver *Anexo 3*).

2.2.5 Factura Electrónica.

La factura Electrónica es un documento que sirve para describir el costo de los servicios y desglosar los impuestos correspondientes a pagar. Sustituye, según las disposiciones legales correspondientes, a las facturas tradicionales en papel y garantiza, entre otras cosas, la autenticidad de su origen y la integralidad de su contenido. Entre los beneficios de la facturación electrónica se encuentran, la oportunidad en la información, tanto en la recepción como en el envío. La facilidad en los procesos de auditoría, menor posibilidad de falsificación, aumento en la seguridad documental, facilitación en el cálculo de impuestos entre otros.

El uso de la factura electrónica en el comercio exterior era habitual más no un deber, por lo que la empresa mexicana tenía el derecho de elegir en emplearla o no, pero debido a la poca transparencia en las transacciones de comercio exterior y todos los problemas fiscales que se presentan, el Servicio de Administración Tributaria está trabajando para obtener un mejor control en la mercancía exportada y reforzar la seguridad en dichas operaciones. Para esto a partir del 1 de Julio del 2016 se hace obligatorio para la exportadora que cumpla con este requisito del uso de la factura electrónica con el complemento de comercio exterior en las exportaciones definitivas, para evitar sanciones y dar más agilidad al despacho de la mercancía (Secretaria de Administracion Tributaria, 2016), (ver *Anexo 4*).

2.2.6 Tarifa (TIGIE).

Se refiere al arancel, tarifa, impuesto o tasa correspondiente en la mercancía exportada, dicho impuesto es evaluado y proporcional al número de mercancías, con

objetivo de proporcionar ingresos al fisco nacional, proteger la industria nacional para estimular su competitividad y desarrollo.

ARTÍCULO 1.- Se crean, modifican y suprimen las fracciones arancelarias de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 18 de junio de 2007 y sus modificaciones posteriores.

2.3. REGULACIONES

Aplican para todas las personas que tengan en su poder mercancía de procedencia extranjera, que se hubiera introducido al país sin haberse sometido a las formalidades del despacho aduanero que esta ley determina para cualquiera de los regímenes, se podrán regularizar importándolas definitivamente previo pago de las contribuciones y cuotas compensatorias que correspondan y previo cumplimiento de las demás obligaciones de regulaciones y restricciones no arancelarias.

Esto mediante la presentación de un pedimento por el cual se importan definitivamente con el pago de las contribuciones y cuotas compensatorias que para cada caso proceda, previo cumplimiento de las demás obligaciones en materia de regulaciones y restricciones no arancelarias. México es parte de los países firmantes del convenio y está representado por las Secretarías de Hacienda y Crédito Público y la Secretaría de Economía, esta última tiene la facultad de regular el comercio exterior y la primera es la que aplica las disposiciones de comercio exterior en las aduanas del país mediante el SAT.

ARTÍCULO 8. Para los efectos fiscales se entenderá por México, país y territorio nacional, lo que conforme a la constitución política de los estados unidos mexicanos integra el territorio nacional y la zona económica exclusiva situada fuera del mar territorial.

2.3.1. Regulaciones de etiquetado.

En Bolivia se requiere que el empaque contenga información como ejemplo en qué país fue hecho el producto (marca de país de origen), el nombre de los componentes, así como su porcentaje de contenido, la información para el cuidado de la prenda como el lavado y planchado, la talla en números y letras, información sobre el importador y el fabricante. (Global Forwarders de México, 2019)

- *Regulaciones ecológicas:* El empaque no debe dañar la ecología, en este caso no hay problema porque el empaque se utilizará es reciclable.
- *Permiso de exportación,* de este trámite se va a encargar el agente aduanal.

2.3.2 Código Fiscal de la Federación.

El Código Fiscal de la Federación es un compendio de diversos aspectos fiscales, cuyo objetivo es determinar las contribuciones y las diversas obligaciones que se deben cumplir en relación con los impuestos federales; en términos legales, es el ordenamiento jurídico que define los conceptos fiscales fundamentales, fija los procedimientos para obtener los ingresos fiscales del gobierno, la forma de ejecución de los resoluciones fiscales, los recursos administrativos, así como los procedimientos y sistemas para resolver las controversias ante el Tribunal Fiscal de la Federación, entre otros aspectos. (Reyes Caballero, 2013)

2.4. ENVASE Y EMBALAJE

Debe resistir y proteger el producto artesanal; el almacenaje en las empresas de producción hasta el consumidor final, el transporte desde el lugar de producción hasta la zona primaria, la descarga y carga a las naves, los cambios de temperatura. Las cajas que se deban levantar a mano no deben pesar más de 25 kg. (Marco, 2009). En las figuras 2 y 3 se puede observar el envase y embalaje, respectivamente.

Las condiciones ambientales que afectan a los productos artesanales según el material de que están elaborados los cuales deben ir perfectamente con su envase y embalaje correcto de acuerdo a las necesidades del material como lo son metales contra polvo, humedad, raspones y roturas; textiles contra el polvo, humedad y luz; cuero contra polvo, humedad, raspones; madera contra polvo, raspones, humedad, luz; papel contra polvo, humedad, luz, rotura; cerámica contra rotura, polvo; conchas contra polvo, roturas; piedra contra polvo, roturas; vidrio contra polvo, roturas, vibración; pajas contra polvo, humedad, deformación.



Figura 12. Envase



Figura 13. Embalaje

2.5. CLASIFICACION ARANCELARIA

La Clasificación Arancelaria tiene fundamentalmente dos significados. El primero, como denominación de un sistema de clasificación de mercancías objeto de comercio internacional; el segundo, para designar al código utilizado en una operación de importación o de exportación mediante el que las autoridades asignan y los usuarios conocen los impuestos, derechos, regulaciones no arancelarias, etc., aplicables a cada producto.

Los sistemas de clasificación arancelaria nacieron junto con el comercio internacional. Originalmente eran simples listas de las mercancías que cada país

importaba, y a las que se tenía interés en gravar. Estas tarifas, a diferencia de la mayoría de las actuales, eran generalmente rentísticas. Durante el desarrollo del comercio internacional fueron creadas nomenclaturas mejor estructuradas que ya contaban con grupos de mercaderías ordenados lógicamente (Agencia Aduanal Juso, 2021). Los primeros seis dígitos son internacionales y los últimos dos son locales. Por lo que los productos artesanales textiles, como es el caso de este proyecto que se pretende exportar vestido y blusas, a continuación en las tablas 1, 2, 3 y 4 se muestra su clasificación:

Tabla 1. Clasificación arancelaria

Sección:	XI	Materiales textiles y sus manufacturas
Capítulo:	00	Los dos primeros números son para reconocer el capítulo al que pertenecen las mercancías dentro del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías
Partida:	0000	Los números tres y cuatro son para la partida arancelaria. Por ejemplo, las plantas tienen una partida diferente a la que tiene los objetivos de arte
SubPartida:	000000	Los dígitos cinco y seis son para conocer las subpartida arancelaria
Fracción:	00000000	Los últimos dos dígitos (siete y ocho) se aplican de forma local en México

Tabla 2. Clasificación de aranceles para los productos textiles tejidos de punto.

Sección:	XI	Materiales textiles y sus manufacturas					
Capítulo:	60	Tejidos de punto					
Partida:	6006	Los demás tejidos de punto de algodón					
SubPartida:	600621	Crudos o blanqueados					
Fracción:	60062101	Tejido circular, totalmente de algodón de hilados sencillos con título inferior o igual a 100 dtex					
			Frontera				
		Resto del territorio		Franja		Región	
UM: Kg	Arancel	IVA	Arancel	IVA	Arancel	IVA	
Importación	10%*	16%				16%	
Exportación	Ex.	0%				0%	

Tabla 3. Clasificación de aranceles para prendas de algodón excepto de punto.

Capítulo:	62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto.				
Partida:	6204	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, pantalón, pantalones largos con peto, pantalones cortos o "short" (excepto de baño), para mujeres o niñas.				
SubPartida:	620442	De algodón				
Fracción:	62044201	Vestidos totalmente hechos a mano.				
			Frontera			
	Resto del territorio		Franja		Región	
UM: Pza.	Arancel	IVA	Arancel	IVA	Arancel	IVA
Importación	20%*	16%				16%
Exportación	Ex.	0%				0%

Tabla 4. Clasificación de aranceles para blusas de algodón.

Sección:	XI	Materiales textiles y sus manufacturas				
Capítulo:	62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto.				
Partida:	6206	Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas				
SubPartida:	620630	De algodón				
Fracción:	62063001	Suprimida				
			Frontera			
	Resto del territorio		Franja		Región	
UM: Pza	Arancel	IVA	Arancel	IVA	Arancel	IVA
Importación	25%*	16%	Nota frontera		Nota frontera	16%
Exportación	Ex.	0%				0%

2.6. NORMAS TÉCNICAS

El cumplimiento de estas normas permite garantizar a los consumidores que los productos adquiridos cuentan con la calidad, seguridad y las especificaciones de fabricación adecuadas. Para cada mercancía o grupo de productos puede haber una o varias normas. En estas se expresan directrices sobre medidas, tamaño, dimensiones, contenido químico, compresión, resistencia, Comercialización y exportación de Artesanías inflamabilidad, resistencia a la humedad, durabilidad, condiciones de seguridad, preceptos de terminología, símbolos, embalaje, y demás aplicables a un bien o proceso de producción (Felipe Ochoa y Asociados, S.C., 2021).

La certificación de los productos que se exportan, luego de conocer en detalle las normas aplicables, se realiza generalmente en los laboratorios designados para el efecto o en las instituciones creadoras de dichas normas. Existen normas de calidad adoptadas por un número cada vez mayor de países. Entre las más importantes destacan la serie denominada como ISO 9000, que certifica el proceso y procedimientos establecidos para la lograr la calidad de los productos de una empresa. En el campo de la problemática ambiental se trabaja con la serie ISO 14000.

CAPÍTULO III. INVESTIGACION DE MERCADO.

Este capítulo es de suma importancia porque nos guía y orienta en la toma de decisiones ya que nos brinda información de nuestro mercado, definiendo la demanda de los productos de acuerdo a el segmento de población que pueda demandar y adquirirlos, lo cual nos ayuda a desarrollar una estrategia de marketing exitosa, reducir riesgos, fidelizar clientes y promover los productos, ya que nos permite determinar los precios desde un inicio.

3.1 SELECCIÓN DEL PAÍS META.

En el actual territorio boliviano se desarrollaron a lo largo de la historia, antiguas culturas precolombinas como la Tiahuanaco, la Cultura Hidráulica de las Lomas y el Imperio incaico y el Imperio español, que dominaron el territorio hasta que el país se independizó en 1825, año a partir del cual adoptó el nombre de Bolivia. Al haber heredado las tradiciones del mestizaje colonial y las culturas precolombinas, es un país multiétnico y pluricultural, rico en la mezcla de tradiciones y folclore de habitantes mestizos, indígenas, blancos descendientes de criollos, afrobolivianos, y en menor proporción, de migrantes europeos y asiáticos.

Bolivia es un país con una gran apertura comercial debido a sus necesidades de importar productos artesanales mexicanos propiciados por la historia y representación de cada producto y detalles en ellos. Además, cuenta con una alta tasa de población que muestra gran interés en adquirirlos, el gobierno boliviano está abierto a los tratados comerciales entre ambos países (Montes de Oca, 2005).

3.2 MERCADO META.

A partir de la entrada en vigor del Tratado entre Bolivia y México, depositado en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), como Acuerdo de Complementación Económica (ACE) No 31, en enero de 1995, el comercio bilateral se ha incrementado en 64.1 por ciento. En 2003, intercambio comercial superó los

53.3 millones de dólares: Las exportaciones mexicanas a Bolivia registraron un incremento del 77.9 por ciento respecto a 1994, superando los 23.9 millones de dólares. Bolivia, es un país ubicado en América del Sur, se encuentra en el número 88° de mayor economía de exportaciones a nivel mundial, está reconocida como la extracción y exportación de recursos naturales dado su principal sector que es gasífero y minero.

En materia de exportación las artesanías mexicanas tienen una mayor demanda en países como España, Canadá, Estados Unidos, Colombia, Alemania, Italia, Australia entre otros. Así, la plata, oro, ónix, pewter, barro, cerámicas, madera y cuadros prehispánicos, así como telas bordadas a mano, son algunos ejemplos de las artesanías con una mayor participación en el comercio internacional. Por ello es necesario incrementar los negocios comerciales en el extranjero, con la finalidad de abrir mercados para la exportación de éstos artículos, permitiendo que las artesanías mexicanas lleguen a diferentes lugares del mundo para ser valoradas por el trabajo que tienen implícito, es por eso que queremos ampliar el mercado llegando a América del Sur en Bolivia donde es bien aceptada. (Dinero Imagen, 2015)

3.3 LOGÍSTICA INTERNACIONAL.

Hoy en día, la logística constituye un punto sumamente importante en materia de distribución física, para lo cual es necesario conocer los procesos y la regulación de las exportaciones e importaciones de las mercancías, mediante la correcta aplicación de las formas de organización, financiación, proyección y comercialización internacional para obtener como resultado mejorar en términos de tiempo, dinero y esfuerzo la entrega de un producto al consumidor final.

Así, al implementar la estrategia logística para la exportación de productos artesanales, se obtendrá como resultado reducir los costos e incrementar las ventas a nivel local y mundial, mediante control de inventarios y reducción de tiempos entre pedidos y entregas, maximizando la utilización de recursos financieros, técnicos y humanos. La tendencia exige ser competitivo en un mundo globalizado, para lo cual

es necesario reducir pasos innecesarios, medir procesos, reducir costos y eliminar riesgos para perfeccionar el ciclo pedido-entrega, perfeccionar el proceso de transmisión y tratamiento de pedidos, perfeccionar producción de los pedidos, la entrega de los pedidos, y la administración de los pedidos, midiendo la efectividad de cada proceso para lograr ventajas competitivas a nivel mundial.

Dicho sistema inicia a partir de la compra directa de los productos artesanales a las mujeres artesanas, el cual se adquiere en los estados de Oaxaca y Chiapas. Por lo tanto, para garantizar la demanda de la comercialización, la empresa debe exigir a sus proveedores el cumplimiento del tiempo y forma de los productos con la calidad y originalidad pactada. Identificar las necesidades de consumo en volumen y tiempo, para no producir más de lo que se vaya a vender ni producir antes de que se venda. Se recibe un pedido, que consiste en recibir anticipadamente las ventas permitiendo su previsión, después la confirmación para prepararla y gestionarla, por los que se recurre a elaborar una orden de compra con anticipación para que las artesanas puedan programarse, tomando en cuenta la demanda presentada, y su disminución durante el proceso de selección.

Los productos artesanales destinados a Bolivia, constituye un pilar fundamental, por lo que se debe llevar un sistema adecuado del producto, que permita identificar medios que ayuden a reducir manejos, a fin de no hacer viajar más de lo necesario, así como conocer de la mejor forma de estibar para no dificultar la carga y descarga internacionalmente, existen varios tipos de los cuales se va a elegir el que mejor convenga de acuerdo al producto:

- *Terrestre*: es el más utilizado en los países latinoamericanos, tiene como ventaja el uso de contenedores, traslado de grandes volúmenes, flexible en cuanto a tiempo de entrega y cantidad de productos, fácil acceso a centros de distribución o puntos de carga y descarga.
- *Marítimo*: es el modo más utilizado para el comercio internacional, soporta mayor movimiento de mercancías, tanto en contenedor, como gráneles secos

o líquidos, mejor medio para trasladar grandes volúmenes entre dos puntos alejados geográficamente, bajo costo, sobretodo en comparación con el transporte aéreo, menor flexibilidad, ya que es condicionado por la cantidad de puertos existentes, requiere de mayor tiempo, posee intermediarios como los agentes marítimos y agentes de carga (freight forwarders) requerirle el uso de otros medios de transporte y es sometido a cuestiones climáticas.

- *Aéreo:* La cobertura para traslados terrestres y aéreos inicia en el momento en que el vehículo o aeronave cargado con los bienes inicie el tránsito y continúa durante el curso normal del viaje. Termina ya sea con la entrega de los bienes al consignatario, con la entrega de los bienes en cualquier lugar distinto del curso ordinario del viaje que el asegurado decida utilizar para almacenaje, asignación, distribución, despacho, reexpedición, ó 48 horas de días hábiles después de la llegada de los bienes al lugar de destino, lo que ocurra primero. (Seguro de transporte aereo., s.f.)
- *Transporte intermodal:* esta estrategia de transporte se basa en la utilización de varios medios para llevar los productos de un lugar a otro, siendo esta actividad administrada por una sola empresa, utiliza ventajas ofrecidas por los diferentes medios, logrando así una reducción en los costos, mayor eficiencia de esta actividad logística, mayor seguridad, ya que el contenedor se cierra con llave y se sella herméticamente para evitar robos e inclemencias del tiempo, mayor rapidez y facilidad para almacenar. (Transporte internacional de mercancías, 2015)

El desplazamiento de los productos artesanales desde el estado de Chiapas, México hasta el país de Bolivia, bajo el concepto de óptima calidad, costo razonable y entrega justo a tiempo, por lo tanto la elección apropiada del medio a utilizar es determinadamente para mantener la competitividad en la exportación, así como el **INCOTERM CPT** se recomienda para los exportadores que envían mercancías por vía aérea, resulta conveniente ya que solo paga todos los costos de carga y reservar y contratar la compañía transportista encargada del traslado de los bienes.

Por otra parte, el comprador contrata un seguro para los bienes, absorbe todos los gastos, con excepción del flete y se responsabiliza de todos los riesgos de transporte. El medio de transporte que se utilizará para la exportación de los productos artesanales será el aéreo debido a la evaluación de costos, la ubicación geográfica, además que el traslado no excedería los días establecidos, tiempo suficiente para la llegada al puerto del comprador (Incoterms: Responsabilidades Incoterm CPT).

3.4 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.

Bolivia es un país soberano situado en la región centro-occidental de América del Sur, cuenta con una población de cerca de 10,1 millones de habitantes de acuerdo al último censo, del año 2012. Limita al norte y al oriente con Brasil, al sur con Paraguay y Argentina, y al occidente con Chile y Perú, no tiene salida al mar. Su superficie es la sexta más extensa de Iberoamérica y comprende distintos espacios geográficos como la cordillera de los Andes, el Altiplano, la Amazonía, los Llanos de Moxos y el Chaco, siendo uno de los países con mayor biodiversidad en el mundo.

Se encuentra en la zona central de América del Sur, entre los meridianos 57° 26´ y 69° 38´ de longitud occidental del meridiano de Greenwich y los paralelos 9° 38´ y 22° 53´ de latitud sur por lo tanto abarca más de 13° geográficos. Sus 1 098 581 km² de superficie⁴ se extienden desde los Andes Centrales, pasando por parte del Chaco hasta la Amazonía. El centro geográfico del país se encuentra en el área de Puerto Estrella sobre el río Grande en la provincia de Ñuflo de Chávez ubicada en el departamento de Santa Cruz (Wikipedia, Bolivia, 2021).

La ubicación geográfica del país le permite comprender una gran variedad de formas de relieve y climas. Existe una amplia biodiversidad (considerada entre las mayores del mundo), así como distintas ecorregiones y subunidades ecológicas como el Altiplano, la llanura amazónica, los valles secos, los Yungas y las serranías Chiquitania que están enmarcadas en variaciones altitudinales diversas que van desde los 6542 msnm del Nevado Sajama hasta los 70 msnm cerca del río

Paraguay. Pese a la variedad de contrastes geográficos, Bolivia carece de costas en el océano (condición adquirida tras la Guerra del Pacífico).

3.4.1 Microlocalización.

Los productos artesanales provienen de pueblos con costumbres y tradiciones muy antiguas en el estado de Oaxaca y Chiapas donde fabrican todo lo artesanal hecho donde compramos los productos donde como empresa contamos con almacén donde llevamos a cabo el etiquetado de las prendas, y se describe el lugar de origen las restricciones de cuidado en cada pieza y procedemos al envase y embalaje de la mercancía. Este lugar ubicado en la ciudad de Tapachula, av. Fresnillo 588, fue elegido con la facilidad de transportar de forma fácil y segura la mercancía al aeropuerto internacional de Chiapas Tapachula. En la figura 14 se puede observar la microlocalización de la empresa exportadora.



Figura 14. Microlocalización de la empresa *Jhara a lo mexicano*.

3.4.2. Macrolocalización.

La empresa ***Jhara a lo mexicano*** se encuentra ubicada en Tapachula, Chiapas, México, país ubicado en Norteamérica. A continuación puede apreciarse la ubicación del lugar de donde se obtendrán las artesanías en la figura 15 y la ruta del transporte al mercado de destino se muestra más adelante en la figura 16.



Figura 15. Macrolocalización de la empresa.

El territorio de México abarca una extensión territorial de 1,964,375 km², de los cuales 1,959,248 km² son superficie continental y 5,127 km² son superficie insular. A este territorio debe añadirse la Zona Económica Exclusiva de mar territorial, que abarca 3,149,920 km², por lo que la superficie total del país es de 5,114,295 km². Las coordenadas extremas que enmarcan el territorio mexicano son:

- *Norte:* 32° 43' 06'' latitud norte, en el Monumento 206, en la frontera con los Estados Unidos de América (3 152.90 kilómetros).
- *Sur:* 14° 32' 27'' latitud norte, en la desembocadura del río Suchiate, frontera con Guatemala (1 149.8 kilómetros).
- *Este:* 86° 42' 36'' longitud oeste, en el extremo suroeste de la Isla Mujeres.
- *Oeste:* 118° 27' 24'' longitud oeste, en la Punta Roca Elefante de la Isla de Guadalupe, en el Océano Pacífico.

La división política de México se compone de 32 entidades federativas, siendo la capital del país el Distrito Federal, sede de los Poderes de la Unión.

Fronteras. La República Mexicana tiene fronteras con los Estados Unidos de América, Guatemala y Belice, a lo largo de un total de 4,301 kilómetros distribuidos de la siguiente forma: Con los Estados Unidos de América, se extiende una línea fronteriza a lo largo de 3,152 km desde el Monumento 258 al noroeste de Tijuana hasta la desembocadura del Río Bravo en el Golfo de México. Son estados limítrofes al norte del país: Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas. La línea fronteriza con Guatemala tiene una extensión de 956 km; con Belice de 193 km (No incluye 85.266 km de límite marítimo en la Bahía de Chetumal). Los estados fronterizos del sur y sureste del país son: Chiapas, Tabasco, Campeche y Quintana Roo.

Población. México cuenta con una población de 103,263,388 habitantes, de acuerdo con el más reciente censo del Instituto Nacional de Estadísticas, Geografía e Informática (2005), que representan el 1.6 por ciento de la población mundial. De ellos, 53.0 millones son mujeres y 50.3 millones son hombres. En México, por su origen histórico, las lenguas indígenas y el español son lenguas nacionales y tienen la misma validez en todo el territorio. La unidad monetaria es el peso.

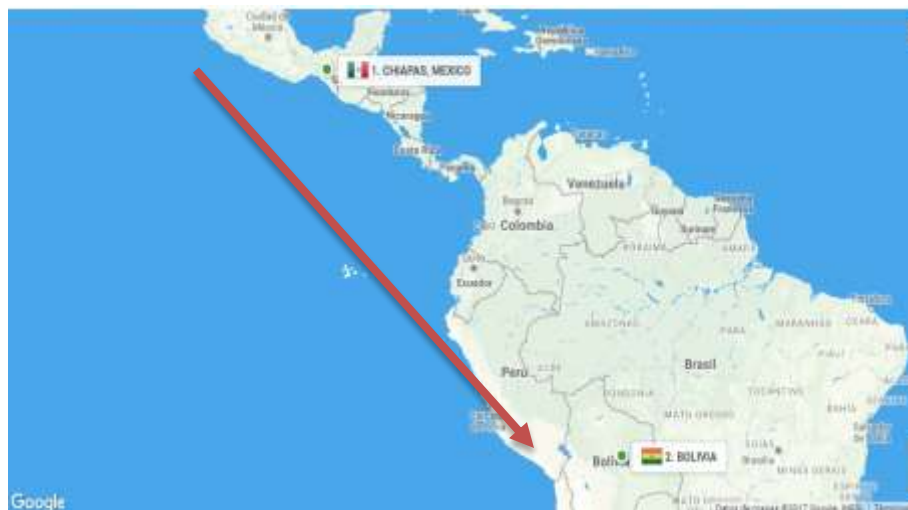


Figura 16. Mapa de Ruta destino.

3.5 DEMANDA Y OFERTA.

La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Casi todos los seres humanos del planeta demandan un bien o un servicio, oro, arroz, zumo de naranja, educación superior. No obstante, lo más interesante de la oferta y la demanda es cómo interactúa la una con la otra. La oferta es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta. Este bien o servicio pueden ser bicicletas, horas de clases de conducir, caramelos o cualquier otra cosa que se nos ocurra (J Navarro, 2021).

3.5.1. Proveedores

Los proveedores son un elemento vital para una empresa dentro del proceso comercial, son aliados; si ellos no hacen su trabajo nosotros quedaremos mal ante los clientes. La relación con los proveedores debe de ser vista como una relación ganar-ganar; lo que ellos ganan es pagos constantes por la cantidad acordada y lo que nosotros ganamos es la recepción del pedido en tiempo y forma con la calidad solicitada. Los lugares de donde se ubican los proveedores son los siguientes:

- *Aguacatenango*. Extraordinarios y bellos bordados a mano sobre telas de algodón, con hilos del mismo material.
- *San Cristóbal de las Casas*. Bellos bordados, sarapes, faldas, sacos, chalecos y tejidos de lana, entre otras muchas expresiones artísticas.
- *San Juan Chamula*. Textiles bordados, una gran variedad de prendas de lana cruda y de tapetes anudados a mano.
- *Tenejapa*. Huipiles elaborados en telar de cintura, con bellos adornos tradicionales bordados.
- *Tila*. Prendas de vestir tradicionales, bordadas en punto de cruz.
- *Zinacatán*. Tejidos elaborados en telar de cintura, hechos con hilos de colores y posteriormente bordados para confeccionar prendas de vestir y otros objetos de uso cotidiano.

3.6. ANALISIS FODA.

Se realizó un análisis de la empresa que nos permite examinar la interacción entre las características particulares de la empresa *Jhara a lo Mexicano* y el entorno de competencia que vive a nivel nacional. La primera parte de este estudio es la parte interna que se refiere a las fortalezas y debilidades que posee la empresa y de las cuales se tiene un alto grado de control, el adecuado manejo de estos elementos permite eficientar las operaciones.

En contraparte también se analiza la parte externa que nos permite mirar las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar en cuanto a el ámbito sociocultural, gubernamental, ecológico, productos sustitutos y proveedores, con el fin de minimizar o anular esas amenazas; estas variables no se pueden controlar, pero el tener el conocimiento de ellas pueden ayudarnos a emprender mayores acciones tanto proactivas como reactivas y nos ayuda a reducir riesgos. A Continuación, en la tabla 1 se podrá observar el desglose del análisis hecho a la empresa *Jhara a lo Mexicano*. (González Mendoza, 2004)

Tabla 5. Análisis FODA.

ANALISIS INTERNO	
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La empresa tiene solvencia económica. ✓ Calidad de los productos, diseños únicos del trabajo artesanal, ✓ Tiene una cartera de proveedores muy estable
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Constante rotación de personal. ✓ El número de empleados es reducido. ✓ La fijación de precios no es objetiva.
ANALISIS EXTERNO	
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La inflación se ha mantenido estable por lo que, los precios se han podido sostener y en los hogares está aumentando gradualmente su poder de compra. ✓ Los productos ya son conocidos en el exterior.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La presencia internacional que ya han logrado los clusters de Tlalpulajua y Chignahuapan.

3.7 PLANEACION ESTRATEGICA.

Esta empresa se maneja mediante “el estilo de trabajo artesanal hecho a mano”, el que por tradición y costumbres se ha mantenido con técnicas antiguas o ancestrales y que tratamos de alguna manera apoyarnos en diferentes programas que existen para mantener o conservar todo este tipo de aportación a nivel cultural que nos da también nuestras mismas raíces. Se trata de aprovechar esa técnica rudimentaria hacia productos que tienen un diseño, o tienen una proyección utilitaria adicional que es lo que el mercado en el mundo está demandando

3.7.1 Misión

La Misión es importante porque hace referencia a la actividad que ejerce la empresa dentro del conjunto del mercado. La misión contempla algunas preguntas como: ¿qué hacemos?, ¿cuál es el tipo de negocio?, ¿a qué se dedica?, ¿cuál es su público objetivo?, ¿con qué ventajas competitivas cuenta?, ¿qué lo diferencia de la competencia? (CEDEC, 2018).

La misión de la empresa es: *Jhara a lo mexicano es una empresa que busca conservar las tradiciones de nuestros artesanos mexicanos a través de las generaciones, expandiendo un poco de nuestras raíces a otros países.*

3.7.2 Visión

La Visión apunta a la imagen que la empresa quiere transmitir a futuro; su proyección. La visión debe ser realista, pero sin dejar de lado cierto margen de ambición para que motive y mueva al equipo y genere una proyección de futuro de cara a conseguir ciertos objetivos propuestos. ¿qué se quiere lograr?, ¿dónde se quiere estar en el futuro?, ¿para quién se hará?, ¿se ampliará nuestra zona de actuación? (CEDEC, 2018).

La visión de la empresa es: *Jhara a lo mexicano quiere crecer como empresa hasta lograr tener una presencia competitiva en el área artesanal a nivel nacional e internacional.*

3.7.3 Objetivos

Los objetivos son importantes porque son lo que nos hace movilizarnos de una manera u otra. Sea que son conscientes y explícitos o inconscientes e implícitos, los objetivos son aquello que tenemos que lograr y por lo cual siempre seguimos realizando actividades tanto materiales, como intelectuales o espirituales que hacen a nuestra cotidianidad y permanencia. Los objetivos son las razones por las cuales estaremos llevando a cabo esa acción a largo, mediano o corto plazo. Los objetivos de Jhara a lo mexicano son:

- Crear mayores fuentes de trabajo para los artesanos mexicanos.
- Preservar la historia y originalidad de cada producto artesanal.
- Que sean reconocidos a nivel internacional.

3.7.4. Políticas

Las políticas empresariales son todas aquellas directrices a las que la empresa decide acogerse, de tal forma que dichas directivas e ideas sean las que motiven las normas generales de actuación de la empresa, determinando así los valores que posee la misma. Otro factor importante de las políticas empresariales es que nos permiten definir objetivos amplios acerca de qué tipo de empresa queremos llegar a ser. De este modo, las políticas de toda compañía suelen estar recogidas por escrito, de tal forma que estén a la mano de todos aquellos colectivos a los que van dirigidas, generalmente clientes, proveedores, accionistas y trabajadores (Fabra, 2017).

Establecemos una sola política que es: En *Jhara a lo mexicano* lograremos la satisfacción de los clientes con los productos terminados, enamorándose de nuestras artesanías textiles, ofreciendo siempre el mejor servicio.

3.7.5 Calidad del producto

La calidad de los productos es el que garantiza la satisfacción del cliente y hace que se perciba la marca distanciándose del resto de la competencia. Es un requisito indispensable a la hora de negociar con el cliente. La calidad no es ni más ni menos que el reflejo que tienen los clientes al sentir una necesidad. Si los clientes son felices en esta primera adquisición de producto, sin duda volverán a sentir esa felicidad cuando tengan que volver a comprarlos en una fecha posterior. Esto quiere decir que la calidad está directamente relacionada con la satisfacción y la lealtad y además hace que crezca el nombre, garantizar la calidad y la seguridad de los productos está directamente vinculado con el éxito de la empresa.

Cada uno de nuestros productos artesanales son de alta calidad. Porque, la materia prima utilizada es 100% de algodón y algunas teñidas con pintura natural vegetal elaborada por los mismos artesanos, posteriormente es debidamente analizada antes de la confección de las prendas las cuales son hechas a mano, por artesanos reconocidos. Es decir, estos son productos con diseños y colores exclusivos, elaborados con los mejores materiales textiles, llevando en muchos casos un largo periodo de meses en la realización por cada prenda terminada, garantizando su calidad en todas ellas.

3.7.6 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. Símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.

El logotipo de Jhara a lo mexicano está basado en diseños de flores que es lo que más nos representa en nuestros bordados de los productos textiles a exportar, acompañando estas flores por una cadena de puntos dando una idea que son los puntos que acompañan a nuestros bordados textiles, utilizando tonos azules, verdes, amarillos, rojos, provocando sea vistoso, llamativo y muy versátil de manejar, y colocando arriba del diseño en color negro el nombre de nuestra empresa Jhara a lo Mexicano, dando forma a todo esto mediante un ovalo, esto puede apreciarse en la figura 17, donde se muestra el logotipo.



Figura 17. Logotipo

3.7.7 Organigrama de la empresa

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, incluyen las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor. En la figura 18 se puede observar el organigrama de la empresa, donde se muestran los diferentes puestos de trabajo que habrá en la empresa.

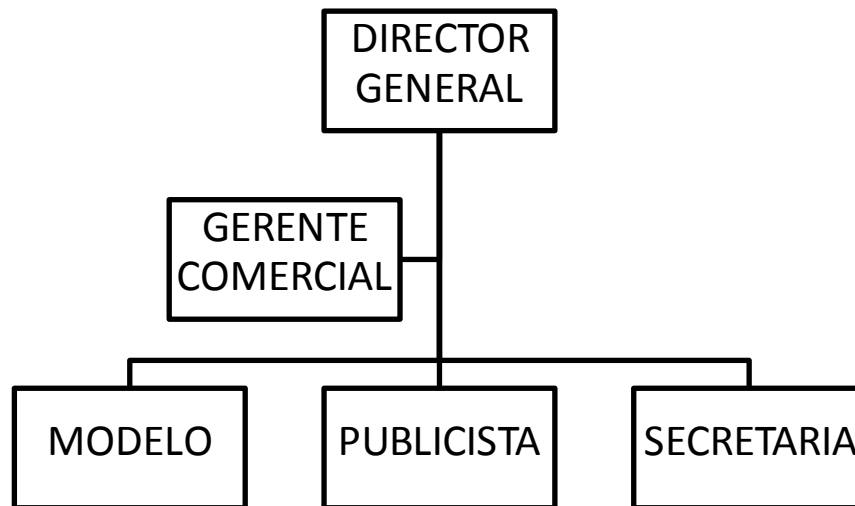


Figura 18. Organigrama de la empresa

3.7.8. Descripción del análisis de puestos.

Es el proceso que permite determinar las conductas, tareas y funciones que están comprendidas en el contenido del puesto de trabajo, así como las aptitudes, habilidades, conocimientos y competencias que son importantes para un desempeño exitoso en el puesto.

➤ Nombre del Cargo: **Director general**

Número de personas que ocupan del cargo: 1

Sexo: Indistinto

Edad: 40 a 60 años

1. *Descripción del Cargo:* Responsable por la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo. Además, representa al Directorio los estados financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera.

2. *Actividades:*

- Ejercer la representación legal de la Empresa.

- Realizar la administración global de las actividades de la empresa buscando su mejoramiento organizacional, técnico y financiero.
- Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, políticas e instructivos internos y los establecidos por las entidades de regulación y control.
- Coordinar y controlar la ejecución y seguimiento al cumplimiento del Plan Estratégico.
- Participar en reuniones con Asociaciones, Cámaras, Ministerios y demás Instituciones Públicas y Privadas.

3. Perfil:

- Formación Académica. Graduado Licenciatura en Administración de Empresas o Negocios Internacionales. Preferentemente con Maestría en Finanzas o Administración de Empresas.
- Experiencia. De 5 a 8 años de experiencia en el cargo o en posiciones similares. (Gerente General o Gerente de Planta) relacionado con el mercado.
- Competencias.
 - a) Visión de Negocios
 - b) Orientación a Resultados
 - c) Planificación estratégica
 - d) Liderazgo
 - e) Negociación
 - f) Comunicación efectiva a todo nivel
 - g) Idioma básico Inglés al nivel 100%

➤ Nombre del cargo: **Gerente Comercial**

Número de personas que ocupan el cargo: 1

Cargo del Jefe Directo: Director General

Sexo: Indistinto

Edad: 30 a 50 años

1. *Descripción del Cargo:* Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado.

2. *Actividades:*

- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.

3. *Perfil:*

- Formación Académica. Graduado Licenciatura en Comercio Internacional o Negocios Internacionales. Preferentemente con Maestría en Logística o Administración de Empresas.
- Experiencia. De 4 a 6 años de experiencia en el cargo o en posiciones similares. (Gerente de Planta) relacionado con el mercado comercial.
- Competencias.
 - a) Orientación a Resultados
 - b) Planificación estratégica
 - c) Negociación
 - d) Comunicación efectiva a todo nivel
 - e) Idioma básico Inglés al nivel 100%

➤ Nombre del cargo: **Publicista**

Número de personas que ocupan el cargo: 1

Cargo del Jefe Directo: Gerente Comercial

Sexo: Indistinto

Edad: 20 a 40 años

1. *Descripción del Cargo:* Son responsables del aspecto general de un anuncio publicitario, que puede aparecer en Internet, en los medios tecnológicos de última generación, en la televisión, en revistas o en carteles publicitarios, por ejemplo. Trabajan en estrecha colaboración con los copywriters para producir mensajes publicitarios creativos, atractivos y eficaces.
2. *Actividades:*
 - Son responsables de la aparición y la presentación de material publicitario impreso, Internet y anuncios de publicidad interactiva y de televisión.
 - El publicista debe producir una serie de posibles ideas de publicidad. Una vez aprobada por el cliente, transforma la idea general en el anuncio final.
 - En la elaboración de anuncios, el equipo creativo debe pensar en el contenido, que incluye títulos, lemas, texto e ilustraciones. También decide la apariencia visual, que se ve influenciada por factores como el uso del espacio, el color, los gráficos, el tipo de letra (tipografía) y la animación.
 - Los publicistas asisten a todas las reuniones de producción y supervisan la filmación.
3. *Perfil:*
 - Formación Académica. Conocimientos de diseño gráfico, informática, fotografía y nuevos medios de comunicación.
 - Experiencia. De 3 a 5 años de experiencia relacionado con el mercado comercial publicitario.
 - Competencias.
 - a) Una gran creatividad e imaginación
 - b) Capacidad de trabajar bajo presión
 - c) Habilidades comunicativas y de trabajo en equipo
 - d) Autoconfianza
 - e) Sentido del humor

- f) Responsabilidad
- g) Idioma básico Inglés al nivel 100%

➤ Nombre del cargo: **Secretaria**

Número de personas que ocupan el cargo:1

Cargo del Jefe Directo: Gerente Comercial

Sexo: Indistinto

Edad: 20 a 30 años

1. *Descripción del Cargo:* Colaborar con el Gerente Comercial en el área administrativa, es la encargada de la documentación de la empresa y de la atención del público, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

2. *Actividades:*

- Tomar notas o apuntes de las indicaciones que le entregue su superior.
- Confeccionar cartas, certificados y otros documentos, al igual que recibir toda documentación que llegue a la empresa.
- Atender al cliente en forma personal o vía telefónica.

3. *Perfil:*

- Formación Académica. Universitarios y/o Técnicos.
- Experiencia. De 2 a 4 años en cargos similares.
- Competencias.
 - a) Capacidad planear actividades
 - b) Habilidad en cálculos numéricos
 - c) Buen lenguaje y desenvolvimiento adecuado a su cargo
 - d) Buena actitud
 - e) Conocimiento en computación
 - f) Idioma básico Inglés al nivel 100%

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS FINANCIERO.

Este capítulo corresponde al análisis financiero, que permite interpretar los hechos financieros en base a un conjunto de técnicas o herramientas que conducen a la toma de decisiones, además estudia la capacidad de financiación e inversión de una empresa a partir de los estados financieros. Asimismo, se va analizar, diagnosticar y pronosticar la liquidez, solvencia y endeudamiento. Esto con el propósito de determinar la rentabilidad del proyecto de exportación de artesanías.

4.1. INVERSION INICIAL

Es el dinero que necesita el propietario de esa empresa para iniciar el negocio. Este dinero se utiliza para cubrir los costos iniciales, tales como la compra del edificio, compra de equipos y suministros, y la contratación de empleados. Estos fondos, o capital, pueden provenir de los ahorros personales del dueño del negocio, de un préstamo bancario, una subvención del gobierno, dinero prestado por diversas fuentes, incluyendo familiares y amigos, o dinero recaudado de inversionistas externos (Sy Corvo, 2020).

4.1.1. Permisos

El primer paso para crear una empresa es presentar una solicitud ante la Secretaría de Relaciones Exteriores donde se sugieran cinco posibles denominaciones sociales en orden de preferencia para la empresa. Esto se lleva a cabo para asegurarse de que no existe alguna empresa ya constituida en el país o en el extranjero con la misma denominación social.

El segundo paso es la creación y protocolización del Acta Constitutiva. Una vez que la SRE dé el visto bueno o entregue las propuestas de denominación social, se debe crear el Acta Constitutiva. Este documento es el que da vida y en el que se estipulan todos los aspectos generales y básicos de la empresa: denominación social, objetivo, tipo de empresa, administración y control de la misma, duración, etc.

Una vez creada la empresa se debe protocolizar dicha Acta Constitutiva ante Notario Público o Corredor.

El siguiente paso es la inscripción ante el Servicio de Administración Tributaria. De este registro se obtiene la Cédula Fiscal que contiene el número de Registro Federal de Contribuyentes (RFC). Posteriormente es presentarse ante el Registro Público de la Propiedad y el Comercio donde se inscribirá la empresa y los bienes inmuebles que la conforman, así como sus fines, objetivos y metas comerciales. Para este proceso se requiere la presentación del Acta Constitutiva, el RFC y el poder notarial que permite al apoderado legal realizar los trámites de la empresa.

Hecho lo anterior, el siguiente paso es el alta ante el Instituto Mexicano del Seguro Social. Incluso si se trata de una empresa en la cual sólo exista como único trabajador el empresario, ya que será necesario para que realice sus aportaciones personales a sus cuentas de Seguridad Social. Además, en caso de no haberlo hecho a tiempo, se puede ser acreedor de una multa por parte del IMSS. Dependiendo del giro que tenga la empresa, se puede requerir la inscripción a distintos organismos siendo los más comunes: Secretaría de Salud, Secretaría de Ecología y Medio Ambiente, Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual, etc. En este punto también entran los permisos municipales o estatales que sean requeridos en la zona geográfica en que busca establecerse.

Todos estos pasos deben llevarse a cabo en el orden marcado ya que de otra manera no se pueden realizar los trámites adecuados. Así mismo es importante tomar en cuenta a todos aquellos organismos que no se mencionaron pero que son importantes para el giro de la empresa, de otra manera se puede ser acreedor de multas o clausuras que a la larga resulten más tardados (Zúñiga, 2020). En la tabla 6 se muestra los permisos que se deben tramitar, así como los costos de los mismos.

Tabla 6. Permisos.

CONCEPTO	COSTO	TOTAL
Licencia De Funcionamiento ante la SRE	Sin costo	
Registro Federal De Contribuyentes	Sin costo	
Acta Constitutiva	\$ 7,500.00	
Registro Público de la Propiedad y Comercio	\$ 3,000.00	
Instituto Mexicano del Seguro Social	Sin costo	
Secretaría de Ecología y Medio Ambiente	\$ 500.00	
		\$ 11,000.00

Existen una serie de gastos pre-operativos que se requieren para el funcionamiento correcto de la empresa. Estos gastos, que se realizan antes de la apertura de las operaciones de la empresa, algunas características que cuentan estos gastos: siempre se consideran gastos, deben de ser gastos necesarios, son susceptibles de deducciones fiscales, deben clasificarse correctamente. En la tabla 7 se hace un desglose de los gastos pre-operativos que deben considerarse.

Tabla 7. Gastos pre operativos.

CONCEPTO	COSTO	TOTAL
Telmex-Internet	\$ 1,200.00	
CFE	\$ 1,600.00	
Conagua	\$ 500.00	
Renta de oficina	\$ 2,000.00	
		\$ 5,300.00

4.1.2. Inversión fija

Son aquellos recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto, una vez adquiridos los recursos son reconocidos como patrimonio de la empresa. En la tabla 8 se desglosan todos los conceptos y costos de inversión fija.

Tabla 8. Inversión fija.

	CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	TOTAL INVERSIÓN
3	Equipo de computo	\$ 5,300.00	\$ 15,900.00	
4	Escritorio	\$ 1,200.00	\$ 4,800.00	
4	Silla Ejecutiva	\$ 600.00	\$ 2,400.00	
4	Silla	\$ 250.00	\$ 1,000.00	
1	Productos de baño	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
2	Equipos de oficina	\$ 2,450.00	\$ 4,900.00	
				\$ 30,000.00

4.1.3. Aportación de socios.

La aportación de los socios de la empresa estará distribuida la inversión y será financiada de la siguiente forma, como se desglosa en la tabla 9:

Tabla 9. Desglose de inversión fija.

CONCEPTO	COSTO DE INVERSIÓN
En especie	\$ 24,760.00
En efectivo	\$ 35,540.00
Total de la inversión inicial	\$ 60,300.00

4.2. ANALISIS DE COSTOS

El análisis de costos es el proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo la labor o proyecto de voluntario, determina la calidad y cantidad de recursos necesarios, analiza el costo el proyecto en términos de dinero, sirve para determinar si vale o no llevarlo a cabo (Quiroga, 2020).

4.2.1. Costos fijos.

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. En la tabla 10 se desglosan los costos fijos de este proyecto.

Tabla 10. Costos fijos.

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	CONSTO ANUAL
Telmex-Internet	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
CFE	\$ 1,600.00	\$ 19,200.00
Conagua	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Renta de oficina	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00
Total Costos Fijos	\$ 5,300.00	\$ 63,600.00

4.2.2 Costos variables.

Son aquellos costos que varían de acuerdo con la producción que se desarrolla en una empresa u organización, es decir, con la cantidad de bienes o servicios que se estén produciendo. Cuanto más produzca una organización, más costos variables deberá pagar. Por ejemplo, más empaquetado de producto o más materia prima. En definitiva, y a diferencia de los costos fijos, los costos variables varían según la cantidad de unidades producidas (Costos variables, 2018). En la tabla 11 a continuación se puede ver el desglose de los costos variables.

Tabla 11. Costos variables.

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Materia prima	\$ 224,000.00	\$ 2,688,000.00
Insumos directos	\$ 66,400.00	\$ 796,200.00
Total Costos Variables	\$ 290,400.00	\$ 3,484,200.00

4.2.3. Costos de Exportación.

La acción de adquirir el servicio de compañías de transporte para que envíen los productos fabricados es una parte primordial sobre sus costos de exportación. Es clave el decidir si se va a usar medios terrestres, marítimos, ferroviarios o aéreos. Medios aéreos: Este sería uno de los medios más rápidos para enviar sus productos e idóneo para cubrir distancias largas, como el sudeste asiático y Oceanía. Además de su rapidez, su seguridad es, con ventaja, una de las mejores de todos los

métodos de transporte evaluados. En la tabla 12 se muestra los gastos de exportación que corresponden a este proyecto. Finalmente, algunos de los factores primordiales a considerar a la hora de elegir el método de transporte ideal para sus necesidades serían: (Comercio y Aduanas, 2020)

- Tamaños y pesos de los productos y bienes a exportar, ya que tanto el tamaño como el peso afectan directamente al precio.
- La velocidad con la que se realizara la entrega.
- El valor neto de los productos y bienes que se van a enviar.

Tabla 12. Gastos de exportación.

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Transporte previo hasta aeropuerto	\$ 1,350.00	\$ 16,200.00
Despacho de exportación	\$ 3,560.00	\$ 42,720.00
Gestiones documentales (certificados)	\$ 2,050.00	\$ 24,600.00
Cargo por valor	\$ 14,000.00	\$ 168,000.00
Guía aérea	\$ 6,240.00	\$ 74,880.00
Flete transporte entrega	\$ 2,062.00	\$ 24,744.00
Total de exportación	\$ 29,262.00	\$ 351,144.00
<i>TOTAL DE TODOS LOS GASTOS</i>	<i>\$ 325,962.00</i>	<i>\$ 3,911,544.00</i>

4.3 PUNTO DE EQUILIBRIO Y PRECIO

Precio del producto es el valor monetario que se le asigna a un producto en el momento que se le ofrece al consumidor, es decir el monto que se debe de pagar para poder obtener el producto. La fijación del precio es la parte de las decisiones más importantes que se debe de tener, pues afecta directamente la rentabilidad de la empresa, si el precio es alto podría significar poca demanda del producto, al igual si el precio es demasiado bajo podría significar pocas utilidades (K., 2019). El cálculo del precio de venta se muestra en la tabla 13 a continuación:

Tabla 13. Precio Venta.

CONCEPTO	PROCESO DE CÁLCULO
Total de gastos mensuales	\$ 325,962.00
Cantidad de prendas	220 pzas
Gasto por prenda	\$ 1,482.00
Precio de compra	\$ 850.00
Costo por pieza	\$ 2,332.00
Margen de utilidad 30%	\$ 700.00
Precio de venta	\$ 3,032.00
Valor dólar	\$ 18.91
Precio en dólar	\$ 160.00

El flujo de efectivo es la diferenciación de la entrada y salida del efectivo. Este se muestra en la tabla 14, enseguida se aprecia el cálculo del punto de equilibrio en la tabla 15, como se muestra a continuación:

Tabla 14. Flujo de efectivo.

		Venta	Mensual	Anual
C.U.	\$ 2,332.00	\$ 17,101.33	\$ 513,040.00	\$ 6,156,480.00
Utilidad	\$ 700.00	\$ 5,133.34	\$ 154,000.00	\$ 1,848,000.00
P. Venta	\$ 3,032.00	\$ 22,234.67	\$ 667,040.00	\$ 8,004,480.00

Tabla 15. Punto de equilibrio.

	CONCEPTO	CÁLCULO	
	Costos fijos	\$ 5,300.00	
	Costos de exportación	\$ 29,262.00	
+	Costos variables	\$ 290,400.00	
=	Total costos	\$ 325,962.00	
/	P. De vta.	\$ 3,032.00	
=	P. E.	108	Piezas mensuales
		1,296	Piezas anuales

De acuerdo al cálculo del punto de equilibrio se requiere vender un promedio mínimo de 108 prendas mensuales, así como una venta de 1,296 prendas al año para lograr un proceso que permita la recuperación de capital.

4.4 BALANCE GENERAL

El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto) (Pérez Porto & Merino, 2009). En la tabla 16 se aprecia el balance general proyectado a los primeros tres años de trabajo.

Tabla 16. Balance de gastos e ingresos.

	1er año	3er año	5to año
Ventas netas	\$ 8,004,480.00	\$ 9,605,378.00	\$ 13,147,909.63
(-) Compras	\$ 2,688,000.00	\$ 3,225,600.00	\$ 4,105,728.00
(=)Utilidad en vetas	\$ 5,316,480.00	\$ 6,379,778.00	\$ 9,042,181.63
Gastos de ventas	\$ 351,144.00	\$ 421,372.80	\$ 709,853.76
Gastos de administración	\$ 3,559.800.00	\$ 4,271,760.00	\$ 5,298,147.36
Utilidad antes de impuestos	\$ 1,405,536.00	\$ 1,686,645.20	\$ 3,034,180.51

En el balance general puede observarse que el proyecto generará rentabilidad que permita recuperar la inversión en el tercer año de trabajo de la empresa, por lo que puede decirse que es adecuado y factible llevarlo a cabo.

CONCLUSIONES

Al realizar negocios en el extranjero, es importante conocer y respetar leyes aplicables de exportación, las políticas, los estándares y procedimientos de cumplimiento comercial, así como la seguridad de la carga, representaciones del producto/país de origen y los acuerdos de libre comercio.

Por lo que es necesario que para realizar una distribución del producto y una exportación exitosa se tenga en cuenta los documentos necesarios entre los que se encuentra, las características de las mercancías y las condiciones de la misma, del mismo modo es necesaria la factura comercial para efectos aduanales y comerciales, añadiendo a todos los documentos antes mencionados, el certificado de origen, ya que este se va garantizar el trato preferencial aduanero al producto a exportar bajo los lineamientos del Tratado Comercial entre México y Bolivia.

Se logró determinar, luego de un extenso trabajo de investigación, que la actividad comercial basada en la exportación de productos artesanales de México a Bolivia es viable ya que estas artesanías gustan por su calidad y diseños únicos y la demanda en adquirir piezas mexicanas es muy grande, asegurando un éxito a mediano plazo y de esta manera fortalecemos lazos comerciales ente México-Bolivia.

El exportador paga todos los costos de carga y contrata la compañía transportista encargada del traslado de los bienes. Por otra parte, el comprador contrata un seguro para los bienes, absorbe todos los gastos, con excepción del flete y se responsabiliza de todos los riesgos de transporte. Estas condiciones de compra venta se negocian ante los clientes, los cuales benefician ampliamente al vendedor.

Es importante mencionar que cuando la autoridad aduanera detecta alguna irregularidad en la mercancía o en la información asentada en el pedimento se levantará un acta circunstanciada de hechos donde se describa tal situación y se indique el fundamento legal que se aplica al caso en particular. De manera general pueden tener dos vertientes: una irregularidad grave que sería no cumplir con una

regulación y restricción no arancelaria, mercancía de no declarada, que el domicilio o nombre del proveedor en el extranjero sea falso o inexistente y valor declarado inferior en un 50% al valor de transacción de mercancías idénticas, en la cual se embarga precautoriamente la mercancía, es decir queda bajo resguardo de la autoridad aduanera hasta en tanto el importador solventa la irregularidad detectada y las irregularidades simples como declarar con error el dato de la fecha de entrada al país de la mercancía, alguna clave de identificador y la clave del país de origen, en las que únicamente se hace acreedor a una multa, pero puede retirar la mercancía de la aduana.

Cabe destacar algunas de las ventajas competitivas después de todo un estudio y análisis, como es conocer las necesidades del consumidor final, las artesanías es una actividad local que cada día conecta más con el mundo, el acceso a nuevos mercados incrementado oportunidades de empleos y creando condiciones de bienestar para los negocios familiares, es decir volúmenes de producción, trabajando en mercados internacionales, expandiendo nuestra cultura artesanal, con nuevas formas y presentaciones de nuestro producto.

El análisis financiero es importante para poder definir si el proyecto de exportación, si es rentable o no. A partir de este se logra determinar los costos fijos y variables, para así buscar a los inversionistas que participarán en este negocio. AL finalizar este análisis se puede determinar que este proyecto de exportación de artesanías, específicamente tejidas y bordadas, hacia el mercado boliviano es rentable.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Aduanal Juso. (03 de Febrero de 2021). Obtenido de Agencia Aduanal Comercializadora Juso Importaciones:
<https://www.agenciaaduanal.app/clasificacion-arancelaria/>
- Ceballos, L. (2020). *Comercio y Aduana*. Obtenido de
<https://www.comercioyaduanas.com.mx/aduanas/agenteaduanal/que-es-un-agente-aduanal/#:~:text=Un%20agente%20aduanal%20cobra%20honorarios,Maniobras%20%2DServicios%20especiales%20y%20complementarios.>
- CEDEC. (12 de Abril de 2018). *La importancia estratégica de la misión, visión y valores en las empresas*. Recuperado el 10 de enero de 2021, de Centro Europeo de Evolución Económica S.A.: <http://cedecpymes.org/importancia-estrategica-mision-vision-y-valores-empresas/>
- Claire, C., & Pérez Cánovas, K. (16 de may de 2017). *La blusa de Aguacatenango*. Recuperado el 10 de enero de 2021, de viernestradicional.impacto.org.mx:
<http://viernestradicional.impacto.org.mx/blog/la-blusa-bordadas-aguacatenango/>
- Comercio y Aduanas*. (22 de febrero de 2020). Obtenido de
<https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/documentosparaexportar/documentos-transporte-envio/>
- Dinero Imagen. (2015). *Artesanía mexicana, una gran oportunidad de negocio*. Recuperado el 11 de diciembre de 2017, de
<http://www.dineroenimagen.com/2015-09-17/61713>
- DOF. (24 de diciembre de 2020). *Constitución Política de los Estados Unidos*,. Recuperado el 10 de Enero de 2021, de Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión:
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_241220.pdf
- 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

enciclopedia economica 2017-2020. (s.f.). Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/costos-variables/>

Fabra, A. (2017 de 01 de 2017). *Un Como*. Obtenido de <https://negocios.uncomo.com/articulo/cual-es-la-importancia-de-las-politicas-de-una-empresa-26555.html>

Felipe Ochoa y Asociados, S.C. (17 de enero de 2021). *Comercializacion y Exportacion de Artesanias*. Obtenido de http://laipdocs.michoacan.gob.mx/?wpfb_dl=21720

Global Forwarders de México. (04 de jun de 2019). *Etiquetado de mercancías*. Recuperado el 25 de agosto de 2020, de <https://www.global-forwarders.com/el-etiquetado-de-mercancias/>

González Mendoza, A. (2004). *Plan de negocios de exportación de la empresa ANS*. Recuperado el 11 de diciembre de 2017, de Universidad de las Américas Puebla: http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/gonzalez_m_a/capitulo6.pdf

Hernandez, R. (2011). *Pedimentamento Aduanal como comprobante fiscal*. Recuperado el 04 de DICIMBRE de 2017, de <http://www.fiscalito.com/pedimento-aduanal-como-comprobante-fiscal.htm>

Incoterms: Responsabilidades Incoterm CPT. (s.f.). Recuperado el 06 de Diciembre de 2017, de Comercio y Adunas.com: <http://www.comercioyadunas.com.mx/incoterms/incoterm/213-responsabilidades-cpt-incoterm>

- J Navarro, J. (05 de 02 de 2021). *El Blog Salmón*. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>
- K, A. (21 de 12 de 2019). *CreceNegocios*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2018, de <https://www.crecenegocios.com/el-precio-de-un-producto/>
- (2017). *Ley Aduanera y su Reglamento*. Lazaro Cardenas. Recuperado el 30 de julio de 2017
- Marco, E. (mayo de 2009). *Guía de Acondicionamiento y embalaje*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/3405193rad609A3.pdf>
- Montes de Oca, I. (2005). *Enciclopedia geográfica de Bolivia*. La Paz: Atenea. Recuperado el 11 de DICIEMBRE de 2017, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Bolivia>
- Oaxaca mío. (s.f.). *Artesanías de Oaxaca*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de <http://www.oaxaca-mio.com/artesantias.htm>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2009). *Definición.de*. Recuperado el 23 de Febrero de 2019, de <https://definicion.de/balance-general/>
- Quiroga, F. (10 de junio de 2020). *¿Qué es el análisis de costos?* Recuperado el 20 de enero de 2021, de <https://tueconomiafacil.com/que-es-el-analisis-de-costos/>
- Reyes Caballero, J. A. (21 de Octubre de 2013). *La importancia del Código Fiscal de la Federación en la actividad económica*. Recuperado el 20 de Febrero de 2020, de <https://www.soyconta.com/la-importancia-del-codigo-fiscal-de-la-federacion-en-la-actividad-economica/>
- SAT. (2020). *Inscripción al RFC*. Recuperado el 20 de agosto de 2020, de <https://www.gob.mx/tramites/ficha/inscripcion-al-rfc-de-personas-fisicas/SAT128>
- Secretaria de Administracion Tributaria. (2016). *factura electronica*. Recuperado el 04 de Diciembre de 2017, de <http://www.sat.gob.mx>
- Seguro de transporte aereo. (s.f.). *Grupo Nuño. Mas que seguros y finanzas*. Recuperado el 04 de Diciembre de 2017, de <http://www.segurocarga.com/>
- SICE-OEA. (20 de febrero de 2020). *Acuerdo Bolivia México*. Recuperado el 20 de agosto de 2020, de Sistema de Información de Comercio Exterior,

Organización de Estados Americanos:

http://www.sice.oas.org/TPD/BOL_MEX/BOL_MEX_s.ASP

Sy Corvo, H. (21 de febrero de 2020). *lifeder.com*. Obtenido de

<https://www.lifeder.com/inversion-inicial/>

Transporte internacional de mercancías. (10 de feb de 2015). *logística y transporte*.

Recuperado el 02 de agosto de 2017, de www.tibagroup.com

Wikipedia. (24 de abr de 2020). Obtenido de

https://es.wikipedia.org/wiki/Registro_Federal_de_Contribuyentes

Wikipedia. (05 de 02 de 2021). *Bolivia*. Obtenido de

<https://es.wikipedia.org/wiki/Bolivia#Geograf%C3%ADa>

Zúñiga, O. (21 de febrero de 2020). *Pymerang*. Obtenido de

<http://www.pymerang.com/emprender/>

ANEXOS

ANEXO 1. CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL

CONTRATO DE COMPRAVENTA PRODUCTOS ARTESANALES

En..... ade 20....

REUNIDOS

De una parte D., mayor de edad, con domicilio en Calle..... Número..... Código postal..... de la provincia....., con DNI..... teléfono..... y correo electrónico....., en representación y con poderes suficientes de, con N.I.F..... domiciliada en, como VENDEDOR

De otra parte D., mayor de edad, con domicilio en Calle..... Número..... Código postal..... de la provincia....., con DNI teléfono..... y correo electrónico....., en representación y con poderes suficientes de, con N.I.F..... domiciliada en, como COMPRADOR

EXPONEN

- 1.- Que el vendedor es propietario legítimo de los productos artesanales elaborados por los pueblos de Oaxaca y Chiapas:
2. Que el comprador está interesado en la adquisición de estos productos.
- 3.- Que el comprador tiene su centro de recepción en... Calle..... Número..... Código postal..... de la provincia.....
- 4.- Que ambas partes conocen las obligaciones derivadas de la aplicación de la Ley 12/2012 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena, en concreto la obligación de realizar contratos alimentarios por escrito y los elementos mínimos que han de contener según el artículo 9 de la referida Ley, y conciertan el mismo con arreglo a las siguientes

ESTIPULACIONES

- 1.- Objeto del contrato: Que el vendedor se compromete a entregar y vender lo referido de los productos artesanales y el comprador se compromete a recogerla y comprarla
- 2.-Precio: el precio de cada variedad y calibre se acordará al menos una semana antes del inicio de la recogida y se anejará al presente contrato. Si cuando se determine el precio de una partida esté no convenciera a la parte vendedora ésta podrá rescindir el compromiso adquirido en el presente documento respecto a la partida en cuestión, mediante comunicación escrita, no originándose ningún derecho ni pago alguno hacia el comprador. En la determinación del precio se tendrá en cuenta el precio en ese momento de la lonja de..... o.....
- 3.- Transporte y entrega: que el lugar de entrega de la cosecha será Calle..... Número..... Código postal..... de la

provincia..... y que el transporte, y su pago, hasta el citado lugar serán asumidos por el vendedor / comprador (*táchese lo que corresponda*)

4.- Condiciones de pago y entrega: la mercancía se considerará entregada al ser recepcionada por el comprador quien firmará un albarán de conformidad al efecto, donde puedan ser reseñadas las posibles incidencias derivadas del estado o transporte de la misma.

El pago de la mercancía corresponderá a las cantidades netas entregadas al comprador, tomando como base los pesos en destino menos las minoraciones correspondientes, en su caso, por fruta no comercial, que quedarán reflejadas documentalmente por el comprador y comunicadas al vendedor.

El escandallo de cada lote según calibres se notificará a la parte vendedora inmediatamente se produzca. Se deberá dar una aceptación expresa de dicho escandallo por parte del vendedor en las 24 horas siguientes a su determinación. Si no se produjera ambas partes acuerdan acogerse al proceso de mediación tal y como es desarrollado en el punto 9.

No se procederá a la recogida de la fruta hasta que ésta no tenga una calidad sana, cabal y comercial, de acuerdo con lo establecido en el Reglamento (UE) no 543/2011, de 7 de junio de 2011, por el que se establecen las normas de comercialización de frutas y hortalizas.

El pago de la mercancía de cada entrega se realizará como máximo a los 30 días desde la recepción por el comprador.

Cuando se lleve a cabo un suministro continuado se podrán agrupar las facturas de un periodo máximo de 15 días, mediante una factura que comprenda todas las entregas en ese tiempo, y tomando como fecha para el inicio del computo del plazo máximo de 30 días, la mitad del periodo que comprende la factura.

El medio de pago será..... (*Indicar forma de pago y no de cuenta donde realizar el ingreso si es el caso*)

El vendedor se encuentra en Módulos o Estimación Objetiva / Estimación Directa (*táchese lo que corresponda*) en el IRPF, por lo que la factura la realizará a la salida de la fruta el vendedor / comprador (*táchese lo que corresponda*)

5.- Duración: que el presente contrato afecta a la fruta producida en las parcelas indicadas en el epígrafe anterior en la campaña 20.../20...

6.- Renovación, modificación y requisitos formales: la renovación y modificación se harán de mutuo acuerdo en concordancia con lo dispuesto en la Ley 12/2013, de 2 de agosto. No podrán modificarse las condiciones del contrato con efecto retroactivo.

A la firma del contrato el vendedor y comprador se comprometen a entregarse para su conocimiento mutuo, la información requerida a los efectos de cumplimentar lo dispuesto en el artículo 13 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, y demás normativa que pudiera serle aplicable.

7.- Incumplimiento: en el caso de incumplimiento de entrega, salvo la excepción contemplada en el punto 2, o recepción de la fruta, se indemnizará a la otra parte con el valor de la mercancía no entregada o no recepcionada. No se consideran causas de incumplimiento del contrato las de fuerza mayor demostrada, derivadas de huelgas, siniestros, catástrofes climatológicas o enfermedades y/o plagas no controlables por cualquiera de las partes contratantes. Se admitirá una variación de +-20% en la producción estimada de las variedades.

8.- Extinción: el contrato podrá extinguirse por mutuo acuerdo de ambas partes, o en los supuestos de cese de actividad, insolvencia o incapacidad de cualquiera de ellas. Cualquiera de las partes podrá resolver el contrato, sin necesidad de requerimiento alguno, en caso de que no resultasen ciertas las declaraciones realizadas en el mismo, y, en particular: impago, incumplimiento de los calendarios de entrega y/o recepción, así como el incumplimiento reiterado (el que se produzca al menos tres veces en el plazo de vigencia del contrato) de los parámetros de calidad, y que haya sido comunicado por la parte afectada a la causante.

El fallecimiento o extinción de la personalidad jurídica de cualquiera de las partes, no implicará la resolución del contrato cuando otra persona física o jurídica le suceda en la titularidad, según proceda. En estos casos, los derechos habientes se subrogarán en los derechos y obligaciones del causante que se deriven del contrato.

9.- Mediación: para hacer posible el sistema de mediación, y en el supuesto de que exista una discrepancia en la interpretación del presente contrato, comprador y vendedor se comprometen a designar, en el plazo máximo de 5 días desde la identificación de la discrepancia, su mediador externo, ajeno a la empresa (uno por cada empresa).

Los mediadores deberán concluir necesariamente su labor, proponiendo al comprador y al vendedor un acuerdo de mediación, que trate de solucionar el conflicto entre ambos, de la forma más rápida, eficaz, menos costosa y coherente y recomendarán a las partes la aceptación de dicho acuerdo. Si las partes aceptan la propuesta de acuerdo de mediación, deberán aplicar dicho acuerdo lo antes posible y, en todo caso, en un plazo no superior a un mes.

En el caso de que dicho acuerdo de mediación no sea aceptado y aplicado en el plazo fijado, quedará abierto para el demandante, el procedimiento de arbitraje previsto en la estipulación 10.

10.- Arbitraje: las partes intervinientes acuerdan que todo litigio, discrepancia, cuestión o reclamación resultante de la ejecución o interpretación del presente contrato o relacionados con él, directa o indirectamente, y que no pudieran resolver de común acuerdo, se resolverá definitivamente mediante arbitraje de derecho en....., a la que se encomienda la administración del arbitraje y la designación de los árbitros, de acuerdo con su Reglamento y Estatutos. Igualmente, las partes hacen constar expresamente su compromiso de cumplir el laudo arbitral que se dicte.

Estando ambas partes de acuerdo en la totalidad del contenido del presente contrato se firma por duplicado a un solo efecto en el lugar y fecha arriba indicados

ANEXO 2. RFC

CEDULA DE IDENTIFICACION FISCAL	
	
	CI:EA Registro Federal de Contribuyentes
	CAT/ FLZ Nombre, denominación o razón social
	RFC:B VALIDA TU INFORMACIÓN FISCAL
	MCF:B VALIDA TU INFORMACIÓN FISCAL
CONSTANCIA DE SITUACIÓN FISCAL	
Lugar y Fecha de Emisión CENTRO , TABASCO A 03 DE AGOSTO DE 2015	
Datos de Identificación del Contribuyente:	
RFC:	CI EA
CURP:	C 38
Nombre (s):	C/ A
Primer Apellido:	DE Z
Segundo Apellido:	F 3
Fecha inicio de operaciones:	01 DE DICIEMBRE DE 2004
Estatus en el padrón:	ACTIVO
Fecha de último cambio de estado:	01 DE DICIEMBRE DE 2004
Nombre Comercial:	
Datos de Ubicación:	
Código Postal: 8	Tipo de Vialidad: CARRETERA (CARR.)
Nombre de Vialidad: C/	SLA Número Exterior: S/N
Número Interior:	Nombre de la Colonia: M 30
Nombre de la Localidad: V B	Nombre del Municipio o Delegación: CENTRO
Página 1 de 3	
	
Contacto Av. Hidalgo 77, col. Guerrero, c.p. 06300, México, D.F. Atención telefónica: 01 800 46 36 728. Desde Estados Unidos y Canadá: 1 877 44 88 728. demuncios@sat.gob.mx	

ANEXO 3. PEDIMENTO

REF: REF12345 Usuario: ADMIN

PEDIMENTO										Pagina 1 de 1										
NUM. PEDIMENTO: 09 24 3374 9010091					T.OPER: IMP		CVE. PEDIMENTO: A1		REGIMEN: IMD			CERTIFICACIONES								
DESTINO/ORIGEN: 9			TIPO CAMBIO: 10.3028			PESO BRUTO: 15000.0			ADUANA E/S: 240											
MEDIOS DE TRANSPORTE					VALOR DOLARES: 112385.0															
ENTRADA/SALIDA: 7			ARRIBO: 7			SALIDA: 7			VALOR ADUANA: 0.0											
PRECIO PAGADO/VALOR COMERCIAL: 1153914.0																				
DATOS DEL IMPORTADOR/EXPORTADOR																				
RFC: GVC831027B12					NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL: GIGANTE AZUL S A DE CV															
CURP: VAMV350113MDFLNR01																				
DOMICILIO: AVENIDA PASEO DE SOLIDARIDAD 5 11051 CCL. ESFUERZO OBRERO, IRAPUATO GUANAJUATO C.P.36880 GUA. MEX																				
VAL. SEGUROS			SEGUROS			FLETES			EMBALAJES			OTROS INCREMENTABLES								
0.0			10.0			10.0			10.0			3957.0								
ACUSE ELECTRONICO DE VALIDACION: ---										CLAVE DE LA SECCION ADUANERA DE DESPACHO: 240										
										NUEVO LAREDO, TAMAILIPAS										
MARCAS, NUMEROS y TOTAL DE BULTOS: MARCAS NUMEROS Y BULTOS DEL PEDIMENTO																				
FECHAS					TASAS A NIVEL PEDIMENTO															
ENTRADA 01/07/20					CONTRIB.			CVE. T. TASA			TASA									
PAGO 03/08/20					15 PRV			2			140.00000									
EXTRACCION 03/08/20					2 C.C.			1			1.10000									
PRESENTACION 03/08/20					7 REC.			1			14.89000									
					8			3			2.20000									
					9 OTROS			8			3.40000									
CUADRO DE LIQUIDACION																				
CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	TOTALES														
DTA	0	9263	MULT.	5	161000	EFECTIVO				0.0										
PRV	0	161	C.C.	3	39161	OTROS				0.0										
IVA	2	459263	ISAN	1	1867128	TOTAL				0.0										
REC.	0	17128																		
DATOS DEL PROVEEDOR O COMPRADOR																				
ID.FISCAL 41-1838090					NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL GENERAL MILLS OPERATIONS, LLC					DOMICILIO GENERAL MILLS BLVD 1 55426 MINNEAPOLIS MN					VINCULACION SI					
NUM. FACTURA 123456			FECHA 31/05/2008			INCOTERM DAF			MONEDA FACT USD			VAL MON.FACT 112000.0			FACTOR MON.FACT 1.00000000			VAL DOLARES 112000.0		
TRANSPORTE					IDENTIFICACION:										PAIS:					
TRANSPORTISTA:										RFC: 12										
CURP: 56										DOMICILIO/CUIDAD/ESTADO: C.P.										
NUMERO DE CANTIDAD: CANTIDADES																				
1RA. REVISION																				
2DA. REVISION																				
PARTIDAS																				
SEC	FRACCION	SUBD.	VINC.	MET VAL	UMC	CANTIDAD UMC	UMT	CANTIDAD UMT	P.V/C	P.O/D	CCW	TASA	T.T.	F.P.	IMPORTE					
DESCRIPCION																				
VAI ADU/USD			IMP. PRECIO PAG.			PRECIO UNIT.			VAL. AGREG.											
MARCA			MODELO			CODIGO PRODUCTO														
001	39041001	0	0	1	1	12500.0	1	12500.0	USA	USA										
POLICLORURO DE VINILO (P.V.C.) OBTENIDO POR EL PROCESO DE POLIMERACION EN EMULSION QUE EN DISPERSION (50% RESINA Y 50% DOCTILFALATO) TENGA UNA FINURA DE 7 HEGMAN MINIMO																				
930439.0			907252.0			74.18			20000.0											
marca			modelo			codigo producto														
OBSERVACIONES A NIVEL PARTIDA																				
ORDEN=1																				
AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O DE ALMACEN										DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 81 DE LA LEY ADUANERA: PATENTE O AUTORIZACION:										
NOMBRE O RAZ. SOC.: FALTA										3374										
RFC: FALTA CURP: FALTA																				
NUMERO DE SERIE DEL CERTIFICADO: FALTA																				
FIRMA ELECTRONICA AVANZADA: FALTA																				
PROFORMA																				
										DESTINO/ORIGEN: INTERIOR DEL PAIS										

ANEXO 4. FACTURA COMERCIAL

Hacer documento similar al último emitido
Hacer documento basado en uno emitido previamente

Identificar Nuevo Contribuyente | Cerrar Sesión
Usuario: | Empresa: | Página Segura

Razón Social:
 Dirección:
 Comuna: Ciudad / Localidad:
 Giro:
 Act. Econo.: Fecha: / /

Rut
FACTURA
ELECTRÓNICA
N° folio no asignado

Rut: Razón Social:
 Dirección:
 Comuna: Ciudad / Localidad:
 Giro:
 Contacto: Rut persona que solicita factura:

Cod Producto	Nombre Producto	Descrp	Cantidad	U Medida	Precio	% Desc.	SubTotal
		<input checked="" type="checkbox"/>					
Ingrese sólo si requiere ingresar una descripción extendida del producto o servicio							
		<input type="checkbox"/>					
		<input type="checkbox"/>					

Agrega línea de detalle

Referencias: Si/No Info. Pago: Si/No

Fecha de Pago	Monto de Pago	Glosa de Pago
<input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Sub Total	<input type="text"/>
Descuento Global <input type="text"/> %	Monto <input type="text"/>
Monto Neto	<input type="text"/>
IVA 19 %	Total IVA <input type="text"/>
Total	<input type="text"/>

ANEXO 5. LISTA DE EMPAQUE

PACKING LIST

Manufactory:
GuangDong Chigo Air Conditioner Co.,ltd

CONTAINER NO.:

TO MESSRS

INVOICE NO.:
PO NO.:
DATE:

FROM SHEKOU,CHINA TO LAZARO CARDENAS,MEXICO BY SEA						
MARKS & NOS	COMMODITY DESCRIPTIONS	QUANTITY (SETS)	QUANTIT Y (CTNS)	G.W(kg)	N.W(kg)	Dimension (CBM)
	0					
		0	SETS 0 CTNS			
		0	SETS 0 CTNS			
TOTAL		0	SETS			
		0	CTNS			

FengGang Road LISHUI Town NanHai GuangDong China

Country of origin and Acquisition: CHINA

GROSS WEIGHT: 0.00 KGS
NET WEIGHT: 0.00 KGS
CARTON 0CTNS

ANEXO 6. CERTIFICADO DE ORIGEN

**North American Free Trade Agreement
CERTIFICATE OF ORIGIN**

19 CFR 181.11, 181.22 OMM No. 1515-000-4
See back of form for Paper-
work Reduction Initiative

Page 1 of 1

1. Exporter Name and Address: EXPORT DATA LLC, 1128 GLEN EDEL CT. PICKERING OH 43158 CA Tax Identification Number: 12345			Reference No. SAMPLE 2. Blanket Period (DDMMYY) From (DDMMYY) // To (DDMMYY) //		
3. Producer Name and Address: EXPORT DATA LLC, 1128 GLEN EDEL CT. PICKERING OH 43158 CA Tax Identification Number: 12345			4. Importer Name and Address: Tax Identification Number:		
5. Description of Goods(s)	6. H.S. Tariff Classification Number	7. Preference Criterion	8. Producer	9. Unit Cost	10. Country of Origin
I CERTIFY THAT: <ul style="list-style-type: none"> • The information on this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document; • I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this Certificate, and to inform, in writing, all persons to whom the Certificate was given of any changes that would affect the accuracy or validity of this certificate; • The goods originating in the territory of one or more of the parties, and comply with the Origin requirements specified for those goods in the North American Free Trade Agreement, and unless specifically exempted in Article 411 or Annex 401, there has been no further production or any other operation outside the territories of the parties; and • This certificate consists of pages, including all attachments. 					
11a. Authorized Signature: 11c. Name and Title (Print or Type) Luke Hummel		11b. Company Name and Address: EXPORT DATA LLC, 1128 GLEN EDEL CT. PICKERING OH 43158 CA			
11e. Date (DDMMYY) 01/05/2003		11f. Telephone (voice): 905-839-3960		Fax: 905-839-4496	

Customs Form 434

ANEXO 7. GUIA AEREA

DHL EXPRESS Track this shipment: <http://www.dhl.com>
98 8253 4911 07/15
Shipment Waybill

1 Payer account number and insurance details
 Charge to Shipper Receiver 3rd party Cash Cheque Credit Card
 Payer Account No. _____
 Shipment insurance see reverse Yes No Not all payment options are available in all countries.

2 From (Shipper)
 Shipper's account number _____ Contact name _____
 Shipper's reference (up to 32 characters - first 12 will be shown on invoice) _____
 Company name _____
 Address _____
 Postcode/Zip Code (required) _____ Phone, Fax or E-mail (required) _____

3 To (Receiver)
 Company name _____
 Delivery address (DHL cannot deliver to a PO Box) _____
 Postcode/Zip Code (required) _____ Country _____
 Contact person _____ Phone, Fax or E-mail (required) _____

4 Shipment details Actual weight is calculated from total weight and dimensions

Total number of packages	Total Weight	Pieces	Dimensions in cm		
	kg		Length	Width	Height

5 Full description of contents
 Give content and quantity _____

6 Non-Document Shipments Only (Customs Requirement)
 Attach the original and two copies of a Proforma or Commercial Invoice
 Shipper's VAT/GST number _____ Receiver's VAT/GST or Shipper's EIN/SSN _____
 Declared Value for Customs (as on commercial proforma invoice) _____ Harmonized Commodity Code if applicable _____
 TYPE OF EXPORT Permanent Return/return Temporary
 Destination duties/taxes if left blank receiver pays duties/taxes
 Receiver Shipper Other _____

7 Shipper's agreement (Signature required)
 I hereby declare that I am the shipper of the goods and I agree that DHL's Terms and Conditions of Carriage are a part of the contract between me and DHL and I) such Terms and Conditions are applicable, and I) the shipment does not contain cash or dangerous goods (see reverse).
 Signature _____ Date ____/____/____

GREY SECTIONS FOR DHL USE ONLY

ORIGIN _____ **DESTINATION CODE** _____

Products & Services
 Domestic International Document
 Lower Cost International Reclassification
 Product list of items available in address of receiver:
 EXPRESS 200
 EXPRESS 1000
 EXPRESS 1000
 EXPRESS 1000/99000
 EXPRESS 1000/1000
 ECONOMY SELECT
 Other _____

Optional Service Level charges (see web)
 Saturday Delivery Hold for Collection
 Delivery Notification Insured Packaging
 Other _____

International/Customsable Weight
 kg _____ g _____

CHARGES Services
 Other _____
 Insurance _____
 VAT _____
 CURRENCY TOTAL _____

INVOICE DETAILS (Check Card No.)
 No. _____
 Type Express _____
 Printed on file _____
 Route No. _____
 Time _____

1 Way - positive custom use (blank file)

PD05 14 F33 08 MP