

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### ***“EXPORTACION DE ARTESANIA MICHOACANA A ESTADOS UNIDOS DE AMERICA”***

**Autor: BLANCA PAULINA CAPIZ ALEGRE**

**Tesis presentada para obtener el título de:  
LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**Nombre del asesor:  
MONICA ITXHEL CAMACHO VILCHEZ**

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.





# **ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**“EXPORTACION DE ARTESANIA MICHOACANA A  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA”**

## **TESINA**

**Que para obtener el título de:  
LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**Presenta:**

**BLANCA PAULINA CAPIZ ALEGRE**

**Asesor:**

**MONICA ITXHEL CAMACHO VILCHEZ**

**No. De acuerdo LCI 100843    CLAVE 16PSU0011**

## Agradecimientos

Sobre todas las cosas quiero agradecer a mis padres Lucy y Martín, son las personas más importantes en mi vida y sin ustedes no sería lo que soy ahora, gracias por enseñarme tantas cosas pero sobre todo gracias por enseñarme el significado de lo que es una familia, por ayudarme y apoyarme en todas las etapas de mi vida y por supuesto en la tesis. los amo con mi alma!

A mis hermanos Abril y Leo ustedes son mi mano derecha y aunque muchas veces fueron peleas si no los tuviera mi vida no sería igual, Gracias infinitas por hacerme mejor persona cada día y ayudarme siempre, los quiero mucho!

Gracias a mis abuelos, a mis tíos, primos, y las personas allegadas a mí que siempre estuvieron al pendiente de mí, por enseñarme nuevas cosas siempre, por demostrarme tanto cariño y tanto amor, por tenerme paciencia en mi evolución y por apoyarme siempre.

Debo también dar un reconocimiento a mis amigos Carolina López, Iván Valdíolivar y Eric Torres que más que mis amigos los considero la familia que yo escogí; les agradezco por toda la ayuda que me brindaron y por los buenos momentos que siempre pasamos.

De corazón le quiero agradecer a mi Tutora Mónica por el apoyo, la dedicación y paciencia, la colaboración y por brindarme las herramientas necesarias para realizar este trabajo.

Gracias a mis maestros de universidad Vasco de Quiroga por la atención que me prestaron cuando fui alumna de la misma.

Gracias a Dios por permitir terminar la carrera y la tesis por darme paciencia y sabiduría.

## INDICE

INDICE .....	3
INTRODUCCIÓN .....	7
CAPÍTULO I FUNDAMENTOS DEL COMERCIO .....	8
1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	8
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	9
1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	10
1.3.1 PREGUNTA GENERAL.....	10
1.3.2 PREGUNTAS ESPECÍFICAS.....	10
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	10
1.5 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.5.1 HIPÓTESIS GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN .....	11
1.6 JUSTIFICACIÓN .....	11
1.7 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	12
1.8 OPERACIONALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	12
1.8.1 CUADRO DE VARIABLES .....	12
TABLA 2 MATRIZ DE CONGRUENCIA.....	13
CAPITULO II MARCO TEORICO .....	14
2.1 ANTECEDENTES DE LA ARTESANÍA .....	14
2.2 DEFINICIÓN ARTESANÍA .....	15
2.3 DEFINICIÓN DE EXPORTACIÓN .....	15
2.4 TEORÍAS DE COMERCIO.....	16
2.4.1 LOS MERCANTILISTAS.....	16
2.4.2 TEORIAS DE CLASICA “LA VENTAJA ABSOLUTA ADAM SMITH”....	17
2.4.3 DAVID RICARDO Y LAS VENTAJAS COMPARATIVAS .....	19
2.4.4 EL NEOCLASICISMO .....	21
2.4.5 MODELO DE HECKSCHER-OHLIN.....	21

2.4.6	LA NUEVA TEORIA DEL COMERCIO: “EL COMERCIO INTRAININDUSTRIAL” .....	22
2.5	COMERCIO JUSTO.....	23
2.5.1	PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO.....	23
2.6	PLAN DE EXPORTACIÓN.....	24
CAPÍTULO 3 MERCADO DE ARTESANÍAS EN MICHOACÁN.....		25
3.1	PRINCIPALES DATOS DE MÉXICO EN EL SECTOR ARTESANAL.....	25
3.2	MICHOACÁN Y SUS ARTESANÍAS.....	26
3.2.1	REGION CENTRO.....	26
3.2.2	REGION COSTA .....	27
3.2.3	REGION LACUSTRE .....	27
3.2.4	REGION DE LA MESETA .....	28
3.2.5	REGION OCCIDENTE .....	29
3.2.6	REGION ORIENTE.....	29
3.2.7	REGION TIERRA CALIENTE .....	29
3.3	TIPOS DE ARTESANÍAS.....	30
3.3.1.	ALFARERÍA Y CERÁMICA.....	30
3.3.2	FIBRAS VEGETALES .....	31
3.3.3	ARTESANÍA ELABORADA PARA JUGUETERÍA .....	31
3.3.4	METALISTERÍA Y ORFEBRERÍA .....	32
3.3.5	ARTESANÍA DE LAUDERIA.....	32
3.3.5	ARTESANÍA ELABORADA CON MADERA .....	33
3.3.7	MAQUE Y LACAS.....	33
3.3.8	TEXTILES.....	34
3.3.9	VIDRIERÍA.....	34
3.3.10	TALABARTERÍA.....	34
3.3.11	CANTERÍA Y LAPIDARÍA.....	35
3.4	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.....	35
3.5	EXPORTACIONES .....	36
3.6	OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MERCADO.....	37
CAPITULO IV “LA EMPRESA”.....		38

4.1 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA .....	38
4.2 MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS, METAS Y LOGOTIPO .....	40
4.2.1 MISIÓN .....	40
5.2.2 VISIÓN.....	40
4.2.3 OBJETIVOS.....	40
4.2.4 METAS .....	41
4.2.5 LOGOTIPO DE LA EMPRESA .....	42
4.3 ORGANIGRAMA.....	43
4.4 ORGANIZACIÓN ACTUAL .....	44
4.5 CADENA DE VALOR .....	45
4.6 PROVEEDORES .....	46
4.7 PRODUCTOS SELECCIONADOS PARA LA EXPORTACIÓN .....	47
4.8 PRECIOS DE VENTA .....	47
CAPÍTULO V MERCADO DE ARTESANÍAS EN ESTADOS UNIDOS DE AMERICA .....	48
5.1 DATOS GENERALES DE USA.....	48
5.1.1 UBICACIÓN GEOGRAFICA .....	48
5.1.2 DEMOGRAFIA Y SOCIEDAD.....	48
5.1.3 ECONOMIA E INGRESOS .....	49
5.2 TENDENCIAS DEL CONSUMO .....	49
5.3 PRINCIPALES MERCADOS CON OPORTUNIDAD DE EXPORTACION	50
5.4 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	52
CAPÍTULO VI. LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN .....	53
6.1 DATOS BÁSICOS DEL ESTADO O CIUDAD SELECCIONADO .....	53
6.2 CONTEXTO ECONÓMICO DEL ESTADO .....	54
6.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	55
6.4 TRATADOS DE MEXICO CON ESTADOS UNIDOS.....	56
6.5 ENVASE Y EMBALAJE .....	56
6.7 INCOTERM.....	58
6.8 FRACCIÓN ARANCELARIA .....	60
6.9 ADUANA DE ENTRADA .....	60

6.10	REGULACIONES ARANCELARIAS.....	61
6.11	REGULACIONES NO ARANCELARIAS.....	61
6.12	TRÁMITES Y DOCUMENTOS.....	62
6.13	PLAN OPERATIVO.....	65
6.14	DATOS Y COSTOS DEL TRANSPORTISTA .....	66
CAPITULO VII CONCLUSIONES .....		67
Bibliografía .....		68
ANEXOS ALFARERIA Y CERAMICA .....		71
ANEXOS FIBRAS VEGETALES .....		73
ANEXOS JUGUETERIA.....		74
ANEXOS METALISTERIA Y ORFEBRERIA.....		74
ANEXOS LAUDERIA .....		75
ANEXOS MADERA .....		75
ANEXOS MAQUE Y LACA.....		76
ANEXOS TEXTIL .....		76
ANEXOS VIDRIERIA .....		77
ANEXOS LAUDERIA .....		77
ANEXOS LAPIDERIA Y CANTERIA .....		77

## INTRODUCCIÓN

Las exportaciones son vistas como un medio para detonar el crecimiento y desarrollo de un país, desde que México iniciara su apertura comercial se han dado las condiciones para aprovechar la red de tratados que ha firmado con el resto del mundo, principalmente para las empresas grandes y medianas, sin embargo, en el contexto actual es necesario además incentivar las exportaciones de pequeños productores y artesanos.

La razón de ser de esta tesis es aprovechar la cercanía con Estados Unidos y enviar productos artesanales, pero surge de la necesidad de buscar un autoempleo y beneficio para la familia. El presente documento se divide en siete capítulos en los cuales se describe el proceso de exportación básico para muebles.

En los primeros dos capítulos se encuentran los fundamentos teóricos del comercio internacional, así como la metodología que se siguió para llevar a cabo este proyecto. Los capítulos cuatro y cinco describen la empresa Irekua, la organización, así como su misión y visión, en el capítulo cinco se analizó el mercado estadounidense de artesanías; las principales importaciones hechas por ese país, así como algunos datos de mercado.

Finalmente, en el capítulo seis se detallan los pormenores logísticos; el Incoterm elegido, así como el plan operativo, la aduana de entrada, la aduana de salida y la cotización del transporte, este trabajo de investigación culmina contrastando el objetivo inicial con lo investigado a lo largo de estos meses.



## **CAPÍTULO I FUNDAMENTOS DEL COMERCIO**

### **1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

En Michoacán existen diversos pueblos dedicados a la Artesanía, mediante ellas nos cuentan la historia y la cultura de cada lugar donde son elaboradas siendo estas únicas piezas por ser elaboradas hechas a mano; Las artesanías y juguetes tradicionales, son las actividades productivas de mayor tamaño en el sector cultural. Tan sólo uno de 11 empleos pertenece al sector turístico y el 10 por ciento del PIB es generado por este sector. Además, en los hogares por cada 100 pesos, 44 se gastan en artesanías”, aseguró Claudia Walls. Directora comercial del FONAR (GONZÁLEZ, 2017), La comercialización de artesanías en México se realiza desde hace muchos años atrás. Un antecedente importante es el de la primera exposición de artes populares en 1920. A partir de allí fue objeto de atención por parte de diversas instituciones como el Departamento Autónomo de Asuntos Indígenas en 1936 (Ahora Instituto Nacional Indigenista).

Para 1951 se forma mediante un convenio del Instituto de Antropología e Historia con el Instituto Nacional Indigenista el Patronato de las Artes e Industrias populares. En 1955 el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.A. hizo los primeros estudios socioeconómicos en este campo con la mira de iniciar y asentar sobre bases firmes la asistencia económica a las artes populares y artesanías artísticas. Y fomentar las exportaciones de estos productos. En 1961 se creó el Fondo para el Fomento de las Artesanías cuya misión es la de dar a los artesanos asistencia crediticia, técnico-artística y de comercialización. En 1970 se crea en la Secretaría de Educación Pública la Dirección General de arte popular complementándose así las labores de apoyo a la producción y comercialización de las artesanías mexicanas. Además de la secretaria de Economía (SE) apoya giros a través del Programa Nacional de Artesanías(Historia et al., n.d.)

## 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La apertura comercial entre países es un tema relevante para las exportaciones, cada vez los países son dependientes uno del otro ya que ningún país es capaz de sustentarse por sí solo, México a pesar de ser de los países con más vinculación en cuestión de tratados de libre comercio carece de fomentación hacia las exportaciones de Artesanía

La artesanía mexicana es mundialmente conocida por su calidad y piezas únicas hechas a mano, un factor importante en la exportación de estas a Estados Unidos Americanos es la gran cantidad de población latina que se encuentran viviendo en el país vecino.

Michoacán cuenta con diversos pueblos que se dedican a la elaboración de artesanía contando la historia y cultura de sus raíces y con una gran calidad de exportación, Muchos maestros Artesanos no deciden tomar este paso ya que no saben los procesos de exportación y tienen un desabasto de información y apoyo por parte del Gobierno y empresas Externas que se interesen por buscar nuevos y mejores mercados para dar a conocer sus Mercancías.

Una solución al problema es una Empresa Externa al gobierno que tenga liderazgo y los conocimientos para llevar una exportación, es decir, la empresa les comprara sus Artesanías a Maestros Artesanos Michoacanos con un precio justo y la empresa se encargara de buscar un cliente en Estados Unidos de América

## **1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1 PREGUNTA GENERAL**

¿Qué formas de exportación pueden ser viables para el mercado estadounidense?

### **1.3.2 PREGUNTAS ESPECÍFICAS**

¿Cómo son los métodos para la exportación de artesanía a Estados Unidos de América?

## **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Crear un plan de exportación para fomentar la comercialización y verificar la viabilidad de artesanías a Estados Unidos de América.

### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar los procedimientos para una exportación
- Investigar la documentación necesaria
- Analizar las formas de negociación del país importador
- Averiguar que trámites son necesarios para la exportación del producto
- Calcular costos y precios
- Determinar requisitos y regulaciones que tiene el país importador
- Saber que barreras arancelarias y no arancelarias tienen los productos

## **1.5 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

Son las guías para una investigación o estudio. Las hipótesis indican que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado; deben ser formuladas a manera de proposiciones, De hecho, son respuestas provisionales a las preguntas de investigación (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado Carlos, & Baptista-Lucio, 2006)

### **1.5.1 HIPÓTESIS GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN**

Un plan de exportación favorece la comercialización de productos artesanales.

## **1.6 JUSTIFICACIÓN**

Michoacán es uno de los estados de México más ricos en gastronomía, ecosistema y en cultura; cada pueblo del estado es reconocido por distinguirse en artesanías. En la presente investigación se dan a conocer las oportunidades de negocio a los artesanos michoacanos, esto para darle un valor agregado a sus productos y así puedan ser exportados a Estados Unidos ya que es el cliente principal por cercanía, además de ser grandes admiradores de las artesanías les dan un valor justo.

Por otra parte, en el estado por motivos principalmente de inseguridad existe un bajo nivel de empresas que consideren establecerse o invertir capital esto afecta en el estado porque no hay muchos empleos y los salarios son muy bajos, es por eso que de manera personal se busca un beneficio para la población de este estado y de mi familia para tener una empresa propia.

No se puede dejar a un lado la problemática que resuelve el exportar artesanías al extranjero principalmente económicas, con esta investigación se desea diseñar un plan de exportación para comercializar los productos artesanales en Estados Unidos, principalmente como fuente de autoempleo para la familia.

## 1.7 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- Tiempo
- Recursos
- Información

## 1.8 OPERACIONALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Según Mario Bunge el método de operacionalización de la investigación es la siguiente:

- Reconocimiento de los hechos
- Descubrimiento del problema
- Formulación del problema
- Construcción del método teórico
- Planteamiento del problema
- Selección de los factores pertinentes
- Planteamiento de la hipótesis central
- Operacionalización de los indicadores de variables

### 1.8.1 CUADRO DE VARIABLES

**Tabla 1 Cuadro De Variables**

<b>VARIABLE DIRECTA ARTESANÍA</b>	<b>VARIABLE INDIRECTA EXPORTACIÓN</b>
<b>Calidad</b>	Oferta
<b>Uso</b>	Demanda
<b>% ventas</b>	Derrama económica
<b>Tipos</b>	Cantidad de producción

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 2 MATRIZ DE CONGRUENCIA**

Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores
<p align="center"><b>General</b></p> <p>Crear un plan de exportación para fomentar la comercialización y verificar la viabilidad de artesanías a Estados Unidos de América.</p>	<p>Dependientes</p> <p>ARTESANIA</p>	<p>Descripción como entra cada una de las variables en la investigación</p> <p align="center">La artesanía</p>	<p>INEGI</p> <p>FONART</p> <p>IAM</p>
<p align="center"><b>Específico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Analizar los procedimientos para una exportación</li> <li>    •Investigar la documentación necesaria</li> <li>•Averiguar que trámites son necesarios para la exportación del producto</li> <li>    •Calcular costos y precios</li> <li>    •Determinar requisitos y regulaciones que tiene el país importador</li> <li>•Saber que barreras arancelarias y no arancelarias tienen los productos</li> </ul> <p align="center">Conocer Mercado de artesanías a USA</p>	<p>Independientes</p> <p>EXPORTACION</p>	<p>No. De Documentos para exportar</p> <p>Agencias en Estados Unidos implicadas en la importación.</p> <p>Cotizar e transporte terrestre.</p> <p>Fracción arancelaria en México y en estados Unidos.</p> <p>Tipos de productos que se venden.</p> <p>Precio que los consumidores están dispuestos a pagar.</p>	<p>No. De Documentos para exportar</p> <p>Fracción arancelaria y arancel de importación.</p> <p>Cotización</p> <p>Monto de las exportaciones mexicanas de artesanías por fracción arancelaria.</p>

Fuente: Elaboración propia

## **CAPITULO II MARCO TEORICO**

En el capítulo se comenta y profundiza la manera de contextualizar el problema de investigación planteado, mediante la integración de un marco teórico o de referencia. Se detallan las actividades que un investigador lleva a cabo para tal efecto: detección, obtención y consulta de la literatura pertinente para el problema de investigación, extracción y recopilación de la información de interés, y construcción del marco teórico. Asimismo, se definen los conceptos de teoría y otros relacionados con la construcción de teorías.(Hernández-Sampieri et al., 2006)

### **2.1 ANTECEDENTES DE LA ARTESANÍA**

El oficio artesanal es uno de los más antiguos de la humanidad. En él se destaca la elaboración de productos con elementos culturales y materiales propios de la región donde se habita, lo cual crea la identidad de la comunidad. La intervención del artesano destaca sobre el proceso de producción porque se da de manera eminentemente manual, si bien a menudo apoyada en diversas herramientas. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), las características de los productos artesanales tienen su fundamento en sus componentes distintivos y “pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente”(Sales Heredia, 2013)

El primer Obispo de Michoacán, Vasco de Quiroga mejor conocido entre los indígenas como Tata Vasco, es el personaje más importante para los artesanos, fue en el siglo XVI cuando le da otro giro a la economía Michoacana, Tata Vasco buscó hacer una labor social donde estudiaba las necesidades de los pobladores y así poder ayudarlos mejorando su nivel de vida, se da cuenta que en muchas localidades tienen la habilidad de hacer Artesanías y en otras que tienen recursos

importantes, Vasco de Quiroga mejoró las artesanías ya establecidas y desarrollo otras cuantas, una de las características de Michoacán es que gracias a Tata Vasco cada uno de los pueblos cuenta con una técnica de artesanía diferente, donde tienen una economía más estable.

Algunos pueblos donde realizo labor fueron:

- Cuanajo: tienen el oficio de trabajar con madera
- Capula: trabajo con Barro para hacer ollas, macetas, etc.
- Santa Clara del Cobre: oficio de caldereros de cobre
- Paracho: manufactura de instrumentos musicales especialmente guitarras
- Pátzcuaro: fabricación de artesanía laqueada y pintada y tejido entre otros.

## **2.2 DEFINICIÓN ARTESANÍA**

Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado (Aduanera", 1997)

## **2.3 DEFINICIÓN DE EXPORTACIÓN**

Exportación hace referencia al intercambio legal de bienes o servicios nacionales o nacionalizados para su uso o consumo en el extranjero. La ley aduanera contempla dos tipos de exportación:

- Definitiva

Se define en el artículo 102 de la Ley Aduanera como la salida de mercancía del territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado. Es decir, es la mercancía que sale de territorio nacional y que está destinada para su uso y/o consumo absoluto en el exterior.



- Temporal

Es la salida de mercancías del territorio nacional para retornar posteriormente al país. Se realiza con el objeto de permanecer en el extranjero por tiempo limitado y con una finalidad específica, para retornar al país en el mismo estado, o para elaboración, transformación o reparación. (ProMéxico, 2015)

## **2.4 TEORÍAS DE COMERCIO**

Sin duda, han existido muchos expertos que han aportado sus teorías, observaciones y estudios en el campo del comercio internacional, estas teorías dan el sustento teórico-empírico para explicar las ventajas del comercio internacional, ya que es necesario recordar que el intercambio que actualmente observamos no es el mismo de antaño.

Se comenzará a realizar un análisis de las distintas teorías del Comercio, empezando por las más antiguas hasta llegar a las nuevas que explican el intercambio desigual de las naciones.

### **2.4.1 LOS MERCANTILISTAS**

Es en los inicios incipientes de la etapa del llamado capitalismo mercantil, en que los excedentes productivos buscan afanosamente nuevos mercados; más métodos para la manufactura, y avance en todos los medios de transporte, principalmente la navegación, que se desarrolló a grandes pasos. Posteriormente se realizarían los grandes viajes hacia lugares desconocidos; se descubre América, al igual que se encuentran nuevos caminos para llegar a Cercano Oriente y a la India. Se trata de un largo período en el que aún no está totalmente desarrollado el comercio mundial y no están plenamente integrados los Estados

Nacionales, por lo que aún existen enormes resabios feudales y grandes desconfianzas con respecto a comerciar e invertir con otros países.

El pensamiento mercantilista surge, no propiamente como una teoría económica congruente e integrada, sino como un conjunto de recomendaciones pragmáticas que los consejeros del reino hacían a sus monarcas con el fin de lograr las ventajas de intercambio con otros reinos y reducir al mismo las desventajas; por ello, los mercantilistas son el antecedente más remoto del tema aún actual que es el “proteccionismo” que en pleno siglo XXI, ejercen las potencias económicas globales, como se expondrá posteriormente.

Lo más importante del pensamiento mercantilista consistió en el propósito común de obtener metales preciosos mediante el excedente de exportación. De allí derivan a considerar, la necesidad de tener siempre una balanza comercial favorable, tratando de exportar lo más posible, reduciendo al mínimo las importaciones; por lo que la meta de la nación sería lograr el abastecimiento total de las necesidades por la vía de la producción interna, o lo que se denomina a la “autarquía”, aun cuando no se ponía énfasis en la calidad del producto local. Desde ahí se deriva la enorme necesidad por atesorar metales preciosos, como un símbolo de riqueza nacional e individual.

#### **2.4.2 TEORIAS DE CLASICA “LA VENTAJA ABSOLUTA ADAM SMITH”**

Esta teoría fue desarrollada por Adam Smith; si un país extranjero “A” podría vender a un país “B” un bien más barato de lo que el mismo “B” pudiera producirlo. En otras palabras, el libre comercio es la respuesta para que un país aumente su riqueza o poderío, pues al producir a un costo menor y en mayor escala, no sólo se beneficiará a nivel interno sino también de manera internacional, obteniendo el beneficio o ventaja total para él.

Esta teoría está basada en la idea de que, debes obtener una ventaja total sobre otros países por el bien que se está produciendo, teniendo como tu objetivo más importante vender más caro y producir más barato.

Declara Steinberg acerca de esta teoría:

“Desde que en 1776 Adam Smith publicara *La riqueza de las Naciones* ningún académico ha contradicho la tesis según la cual la división del trabajo y el libre cambio constituye el mejor modo de alcanzar el máximo bienestar. Llevando este razonamiento al ámbito internacional David Ricardo primero y John Stuart Mill después formularon la teoría clásica del comercio internacional: defensa a ultranza del *laissez faire* entre naciones y duro ataque contra las prácticas mercantilistas y contra cualquier tipo de medida que impidiera su generalización a todos los bienes y a todas las naciones.” (Steinberg F., 2004, pág. 4)

El sustento básico de estas teorías era la existencia de competencia perfecta. Esta permitía, a través de la práctica del librecambio, aumentar el bienestar de los países. Aquella nación que no quisiera entrar en el libre juego del intercambio no se beneficiaría de éste, pero prácticamente no perjudicaría a las demás, o lo haría de un modo insignificante. Como apuntan Krugman y Obstfeld “...*el economista francés Frédéric Bastiat escribió una vez que el hecho de que otros países tengan rocas en sus costas no es razón para lanzar rocas en nuestros puertos, es decir, el hecho de que otros países distorsionen su producción con protección y subsidios no es razón para que distorsionemos la nuestra*” (Krugman P. y Obstfeld M., 2012)

La temática tratada en la Riqueza de las Naciones, constituye en el Siglo XVIII, una respuesta a los cambios impuestos por la Revolución Industrial: la división del trabajo, la moneda, el precio real y de mercado; la renta de la tierra, y en especial la Acumulación del Capital. Allí nos encontramos con que muchos de los

problemas que se debaten hoy en día, ya fueron tratados con la propiedad de su tiempo desde hace varios siglos; tales como el proteccionismo, las restricciones impuestas a las mercancías extranjeras; la devolución de derechos, las primas de exportación; los tratados de comercio, y las colonias. (Steinberg F., 2004) La aportación más importante que Adam Smith hizo a la teoría del comercio internacional, consistió en aplicar la teoría de la división del trabajo al intercambio internacional (...) y haber presentado por primera vez un estudio sistemático de la economía política y, en materia de Comercio Internacional, demostrar la conveniencia de la especialización del trabajo entre los países y la aconsejable aceptación del intercambio entre éstos.

Las ideas de las ventajas del comercio internacional y la aplicación del principio de la división del trabajo, la abolición de trabas al comercio interno por comerciantes y manufactureros, así como el considerar que la fuente del valor es el trabajo y la producción y no la acumulación estéril de metales preciosos, constituyeron globalmente las principales aportaciones de Smith y la economía política y en especial a la formación de la teoría del comercio internacional, con cuyos elementos avanzaron tanto David Ricardo como John Stuart Mill.

### **2.4.3 DAVID RICARDO Y LAS VENTAJAS COMPARATIVAS**

Si Smith la inició, Ricardo le dio su contenido esencial y dejó formulada en lo fundamental la teoría clásica del comercio internacional”. En realidad en su obra, siguió las ideas básicas de Adam Smith, en el sentido de que cada país debería especializarse en producir aquello para lo que mejor estuviera dotado, e importar al exterior lo que le saliera caro. Al respecto decía:

“Es tan importante para la felicidad de la humanidad entera aumentar nuestros disfrutes por medio de una mejor distribución del trabajo, produciendo cada país aquellos artículos que, debido a su clima, su situación y demás ventajas naturales o artificiales, le son propios, o intercambiándolos por los producidos en otros

países, como aumentarlos mediante un alza en la tasa de utilidades”. (David Ricardo en Bolaños E., s/f) ) Su persistente preocupación por proponer medidas tendientes a aumentar la tasa de utilidades, lo llevan a buscar como alternativa el comercio exterior, que abaratar los precios de los bienes que consumen los trabajadores con lo que descubre el principio de lo que fueron posteriormente los “costos comparativos”; pero bajo perspectiva de la búsqueda de mayores tasas de utilidad como elementos motor de los movimientos del dinero y el capital.

La mayor aportación de Ricardo a las ideas de Smith sobre las ventajas absolutas de la especialización internacional (principio de la división internacional del trabajo), fue plantear la misma teoría, pero en términos de ventajas comparativas, y medidas en dinero. Esta idea no la pudo desarrollar Smith, al igual que Ricardo la planteó y en base a un ejemplo numérico fundamental: Si Portugal no tuviera relaciones comerciales con otros países, en lugar de emplear una gran parte de su capital y de su industria en producir vinos, con los cuales adquiere de otros países la ropa y la ferretería que consume, se vería obligado a dedicar una parte de ese capital a la fabricación de dichos bienes, los cuales obtendría probablemente en menor cantidad y de inferior calidad. (Krugman P. y Obstfeld M., 2012)

Esto no es más que un país dedique toda su atención a lo que sabe hacer bien y que el mercado lo reclama. Es tan sencillo como comprender que cada región, estado o país tiene un punto fuerte que otro no tiene. Un punto fuerte en cualquier aspecto: tecnología, recursos naturales, aspectos climatológicos, aspectos financieros, capacidad, infraestructura, modalidad, tiempo, etc. Y esto se ve incluso a nivel interno. La apertura comercial de los países debería ser basada en su ventaja comparativa, es decir, en depositar todos los recursos humanos, financieros y tecnológicos en aquello que un país sabe hacer, en aquellos productos que se dan solo en su territorio y en los que sus recursos humanos están mejor capacitados para hacerlos que los de otros lados.

#### **2.4.4 EL NEOCLASICISMO**

La economía neoclásica o escuela neoclásica es un enfoque económico basado en el análisis marginalista y el equilibrio de oferta y demanda. Los iniciadores de la escuela neoclásica fueron los marginalistas que insistieron en un análisis económico libre de historicismo y cuyo modelo matemático se asemejara más a las ciencias físicas. Esto en parte fue una demanda de rigor científico y en parte fue una reacción contra el historicismo del marxismo. Tanto el marxismo como las ideas económicas dominantes previas a la consolidación del marginalismo fue el enfoque clásico basado en las ideas de Adam Smith y de David Ricardo. (Chacholiades. M., 1991) Entre los supuestos de enfoque neoclásico está que el comportamiento económico surge del comportamiento agregado de individuos (u otro tipo de agentes económicos) que son racionales y tratan de maximizar su utilidad o beneficio mediante elecciones basadas en la información disponible.

E. Roy Weintraub expresa que la economía neoclásica se basa en tres cuestiones, sin embargo algunas ramas de la teoría neoclásica pueden tener distintas aproximaciones:

1. Las personas tienen preferencias racionales hacia los resultados que pueden ser identificados y asociados con un valor.
2. Los individuos maximizan la utilidad y las empresas maximizan la ganancia.
3. Las personas actúan independientemente con base en información completa y relevante.

#### **2.4.5 MODELO DE HECKSCHER-OHLIN**

La teoría de la ventaja comparativa no explica por qué los costes relativos difieren entre los países. La aportación de dos economistas suecos, Eli Heckscher, en 1919, y Bertil Ohlin, en 1933, ha tenido una influencia decisiva para determinar la

causa del comercio internacional. Heckscher afirmaba que “Un país tiene ventaja comparativa en aquel bien que utiliza intensivamente el factor abundante en ese país”. (Ramales M., 2013, pág. 70). Ohlin vuelve a insistir en que es la distinta dotación factorial la causa fundamental de las diferencias de costes comparativos y, por lo tanto, del intercambio.

Por regla general, el teorema se formaliza empleando un modelo de dos países, dos factores y dos productos, que requiere adoptar también las siguientes hipótesis: existe competencia perfecta en los mercados de factores y productos; no hay inversión factorial, es decir, la diferente intensidad factorial de los bienes no cambia de un país a otro; la cantidad total de factores de producción es fija para cada país; las dotaciones factoriales son distintas y los factores tienen movilidad entre ramas de la producción pero no entre países. El teorema de H-O postula que un país exportará el bien que utiliza intensivamente su factor relativamente abundante, e importará el bien que utiliza intensivamente el factor relativamente escaso.

La teoría parece obvia para los bienes basados en recursos naturales pero no lo es para explicar las ventajas comparativas en la producción industrial. De ahí, los numerosos intentos realizados para contrastar empíricamente el modelo de H-O.

#### **2.4.6 LA NUEVA TEORIA DEL COMERCIO: “EL COMERCIO INTRAINDUSTRIAL”**

Se entiende por comercio intraindustrial aquel que tiene lugar cuando un país exporta e importa, en un mismo período, productos que pertenecen al mismo sector o industria, por ejemplo en el caso de México que exporte e importe carros, ya que pertenecen a la industria automotriz. Bajo esta teoría las multinacionales juegan un papel decisivo, ya que muchos bienes importantes en el comercio internacional, como automóviles, productos electrónicos de consumo, o farmacéuticos, son productos de empresas que tienen grandes cuotas de

mercado, por lo que el comportamiento de las empresas multinacionales implica un contexto de competencia imperfecta.

Los resultados confirman que el comercio intraindustrial entre países es más intenso cuanto mayores son el nivel de desarrollo económico (renta per cápita) y el tamaño del mercado, y cuanto menores sean las diferencias de renta y de tamaño de mercado, la protección arancelaria y la proximidad geográfica. También se asocia positivamente con el grado de apertura externa de las economías nacionales. (Krugman P. y Obstfeld M., 2012)

De acuerdo con Paul Krugman, defensor de esta teoría los países deben tener relaciones capital-trabajo y niveles de cualificación similares, ya que el aprendizaje, la cualificación de la mano de obra son fuente de una ventaja competitiva, por encima de una ventaja comparativa.

## **2.5 COMERCIO JUSTO**

El Comercio Justo hace referencia a un movimiento social global que promueve otro tipo de comercio, uno basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. (World Fair Trade Organization, 2016), El movimiento social hace énfasis en el cambio y las prácticas comerciales actuales, le da la importancia que se merece a los productores en la cadena de suministro.

### **2.5.1 PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO**

La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) determina 10 principios, los comerciantes que tienen esta certificación deben cumplir con:

1. Oportunidades para productores de bajos recursos y/o pequeños productores
2. Transparencia y responsabilidad



3. Prácticas comerciales justas
4. Pago justo
5. No trabajo infantil ni forzoso (esclavizado)
6. No a la discriminación. Si a la igualdad de género y libertad de asociación
7. Buenas condiciones de trabajo
8. Desarrollo de capacidades y habilidades
9. Promoción de comercio justo
10. Respeto al medio ambiente (World Fair Trade International, 2016)

## **2.6 PLAN DE EXPORTACIÓN**

Según Carlos Morales Troncoso el plan de exportación se resume en 6 pasos

1. La empresa y el personal clave

Se refiere a la información detallada de la empresa tal y como se encuentra actualmente.

2. Producto que se desea exportar

Se describe con detalle el producto o servicio

3. Selección del mercado meta

Se describe y mide el mercado actual, el potencial y el crecimiento esperado. Se detecta la competencia sus debilidades y fortalezas. Se identifican y se evalúan las oportunidades y las amenazas,

4. Aspectos operacionales

Es la forma operacional que se ha elegido para llevar a cabo, debe ser congruente con la misión y objetivos y posibilitar el alcance de las metas.

5. Aspectos financieros

Se analiza la viabilidad y la bondad financieras del negocio.

6. Resumen de alto nivel

Ofrece una visión panorámica de los antecedentes y el concepto central del proyecto de exportación propuesto.

## **CAPÍTULO 3 MERCADO DE ARTESANÍAS EN MICHOACÁN**

### **3.1 PRINCIPALES DATOS DE MÉXICO EN EL SECTOR ARTESANAL**

De acuerdo a la Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM), en el año 2014 las artesanías contribuyen con el 20.3% del PIB del sector de la cultura, esto es, el 0.6% del PIB nacional. Las “Artesanías y juguetes tradicionales” es la actividad productiva de mayor tamaño en el sector de la cultura, comprende actividades como cerámica, textiles, alfarería, cestería, madera, metalistería, lapidaria, cantería, vidrio, cerería, cartón y papel, talabartería, peletería, así como dulces tradicionales, y generó 91 612 millones de pesos de Producto Interno Bruto, esto es más que lo que generaron en su conjunto las artes escénicas, espectáculos, artes plásticas y la industria editorial. En este mismo año, la CSCM reporta que se generaron 339 349 puestos de trabajo ocupados remunerados, esto es, jornadas de trabajo de 8 horas diarias, lo cual no es comparable a número personas ocupadas. Esto es, 3 de cada 10 puestos ocupados en el sector cultural, corresponden a artesanías.

En cuanto al gasto que realizan los hogares en bienes y servicios culturales, el monto destinado a la adquisición de artesanías asciende a 157,654 millones de pesos, esto es, 44 de cada 100 pesos del gasto total de los hogares en cultura. Este gasto es 13 veces mayor al que realizan los visitantes extranjeros por el mismo concepto. Cabe destacar que el gasto que realiza el gobierno por este mismo concepto es 2.3 veces el realizado por los visitantes extranjeros. Por su parte, el gobierno en su conjunto, contribuye con el 14% del gasto total por concepto de adquisición en artesanías. Los anteriores son solo algunos de los principales resultados que proporciona la CSCM, sin embargo, solo representa un

panorama general de los resultados que la cuenta satélite genera para los usuarios en esta materia, por lo que se recomienda una mayor exploración de los cuadros que conforman la publicación. (Estadística, 2012)

### 3.2 MICHOACÁN Y SUS ARTESANÍAS

Michoacán cuenta con 38 municipios que elaboran artesanías, de los cuales se encuentran divididos por regiones y se clasifican por artesanía laborada que predomina. Las regiones se dividen en: centro, costa, lacustre, meseta, occidente, oriente y tierra caliente

#### 3.2.1 REGION CENTRO

La región centro abarca los municipios que se encuentran alrededor de la capital Morelia, es caracterizado por la diversidad de artesanías.

**Tabla 3 Región Centro**

<b>LOCALIDAD</b>	<b>RAMA ARTESANAL</b>	<b>PRODUCTOS</b>
<b>Mariano Escobedo San Agustín del Pulque Santa Ana Maya</b>	Tule y Chuspata	Petates, sombreros, cestos, canastos.
<b>Miguel Silva</b>	Ixtle	Morrales , Bolsos
<b>San Lucas Pio Capacho Iracuáro</b>	Carrizo	Tazcal para tortillas, cestos, canastos para pan
<b>Villa Morelos</b>	Alfarería Vidriada	Cazuelas, Salseras, Adornos finos.
<b>Morelia</b>	Herrería Artística Cantería Madera laqueada Alfarería Cerería	Protecciones de ventanas y puertas Fuentes y figuras Muebles Talavera Velas.
<b>Capula</b>	Alfarería y barro	Ollas, cazuelas punteadas y capulineadas, calaveras

<b>San Nicolás Obispo</b>	Piedra volcánica	Metates y molcajetes
<b>Huandacareo</b>	Palma	Sombreros
<b>Santa Ana Maya</b>	Huarache	Zapato tipo huarache
<b>Zinapécuaro</b>	Arcilla	Cazuelas, ollas, chondas
<b>puruándiro</b>	Alfarería alisada	Cantaros, ollas

Fuente: Elaboración propia

### 3.2.2 REGION COSTA

En esta región se centran todas las localidades cercanas a la costa michoacana

**Tabla 4 Región Costa**

<b>LOCALIDADES</b>	<b>RAMA ARTESANAL</b>
<b>Localidades del municipio de Aquila</b>	Textil, alfarería, talavera y fibras vegetales

Fuente: elaboración propia

### 3.2.3 REGION LACUSTRE

La región lacustre se caracteriza porque las localidades se encuentran alrededor de los principales lagos del estado y es la región con más ramas artesanales.

**Tabla 5 Región Lacustre**

<b>LOCALIDAD</b>	<b>RAMA ARTESANAL</b>	<b>PRODUCTOS</b>
<b>Santa Fe De La Laguna</b>	Alfarería vidriada Madera tallada Cerería	Candelabros, jarras, copaleros, boleros Baetas talladas, alhajeros velas
<b>Zintzuntzan</b>	Alfarería vidriada Madera tallada Lapidaria	Cerámica blanco y negro Percheros Lapidas
<b>Erongarícuaro</b>	Madera tallada Alfarería vidriada Textil	Muebles Bordado y deshilado
<b>Ihuatzio</b>	Palma	Sombreros
<b>San Jerónimo Purenchécuaro</b>	Textil	Bordado y deshilado

<b>Santa Cruz Tocuaro Zipiajo</b>		
<b>Santa Clara Del Cobre</b>	Metalistería	Cazo, utensilios de cocina, baño etc. de cobre
<b>Quiroga</b>	Madera tallada	Muebles
<b>Cuanajo</b>	Madera tallada	Muebles
<b>Pichátaro</b>	Madera y textil	Muebles y rebosos

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.4 REGION DE LA MESETA

Localizado cerca del eje volcánico sus principales localidades y artesanías son:

**Tabla 6 Región De La Meseta**

<b>LOCALIDAD</b>	<b>RAMA ARTESANAL</b>	<b>PRODUCTO</b>
<b>Ahuirán</b>	Textil Madera tallada Laudería	Telar de cintura Columnas talladas Guitarras, violines
<b>Aranza</b>	Juguetería	Guitarras de juguete, carros de madera
<b>Paracho</b>	Lauderia	Guitarras, violines etc.
<b>Charapan</b>	Textil	Bordados
<b>San Lorenzo</b>	Juguetería	Trompo, baleros, carros de madera
<b>Ocumicho</b>	Alfarería policromada Mascaras Textil	Jarrones, masetas Mascaras Bordados
<b>Cocucho</b>	Alfarería bruñida Textil	Cantaros, jarrones Bordados
<b>Tzirio</b>	Fibra vegetal Madera tallada Textil	Sombreros Muebles Bordados
<b>San Juan parangaricutiro</b>	Textil	Bordados
<b>Uruapan</b>	Maque incrustado	Decoraciones en plato u otro instrumento
<b>San Felipe de los herreros</b>	Herrería	Barandales, protecciones de puertas y ventanas,
<b>Cherán</b>	Textil Madera tallada	Bordados muebles

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.5 REGION OCCIDENTE

Tabla 7 Región Del Occidente

LOCALIDAD	RAMA ARTESANAL	PRODUCTO
La Piedad	Textil	Rebozos
Huáncito	Alfarería bruñida y vidriada	Cazuelas, cantaros, comales, torres
Sahuayo	Fibras vegetales Talabartería	Sombreros Huaraches
Jacona	Cerería	Velas
San José De La Gracia	Alfarería vidriada	Piñas, poncheras, candelabros
Tarecuato	Textil Fibra vegetal	Bordado de blusas morrales
Purépero	Cerería	Velas
Yurecuaro	Madera tallada	Muebles

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.6 REGION ORIENTE

Tabla 8 Región Oriente

LOCALIDAD	RAMA ARTESANAL	PRODUCTO
Cd. Hidalgo	Alfarería Vidriada	Platos, tazas, ceniceros
Boca De La Cañada	Textil	Bordados
Tlalpujahuá	Vidrio Soplado	Esferas
Santa María De Los Ángeles	Alfarería De Alta Temperatura Y Vidriada	Talavera Platos
San Cristóbal	Textil	Bordados
San Matías El Grande	Alfarería	Macetas de barro
San Miguel Cuaranguango	Madera Fibra Vegetal	Muebles

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.7 REGION TIERRA CALIENTE

Tabla 9 Región Tierra Caliente

LOCALIDAD	RAMA ARTESANAL	PRODUCTO
Apatzingán Ario De Rosales Arteaga Chinicuila	Talabartería	Huarache
La Huacana	Fibras vegetales	Sillas y huaraches
Huetamo	Lapidaría	Lapidas

Fuente: Elaboración Propia

### 3.3 TIPOS DE ARTESANÍAS

#### 3.3.1. ALFARERÍA Y CERÁMICA

Es un arte antiguo que mediante una pasta de tierra llamada arcilla o barro se moldea y se pone a coser, dando como resultado objetos decorativos y de uso diario.

En Michoacán existen diferentes tipos de alfarería y cerámica:

- **Bruñida**  
Es una técnica antigua que da brillo natural a la pieza artesanal frotando un objeto de metal, madera o piedra totalmente lisa, la palabra bruñido significa sacar lustre. (Véase anexo A)
- **Alisada**  
Es una técnica de emparejamiento de la arcilla o barro, le da un aspecto liso y mate. (Véase anexo B )
- **Vidriada**  
Es un proceso de aplicación de esmalte a la pieza artesanal con el cual crean un aspecto de forro con vidrio. (Véase anexo C)
- **Policromada**  
Es una técnica y/o arte de pintar con varios colores en forma dimensional y tridimensional la alfarería. (Véase anexo D)
- **Alta temperatura**  
Es un proceso que se le da a la cerámica donde los grados de cocción son más altos y da como resultado o característica una pieza que puede soportar altas temperaturas cuando se usa, además de un acabado diferente a los de temperaturas bajas. (Véase anexo E)
- **Al negativo**  
Es una técnica de dos cocciones de la pieza, cuando sale de la primera quema se pinta, se le da la siguiente cocción en donde la pintura sale con un acabado diferente el cual se le llama negativo.(Véase anexo F)
- **Capulineado y Puntillado**  
Es una técnica de pintura y acabado que se le da a la pieza artesanal. (Véase anexo G)

### **3.3.2 FIBRAS VEGETALES**

Los primeros artefactos elaborados por la humanidad no sólo hablan de practicidad sino de estética y tradición. En el caso de las fibras vegetales, las habilidades y conocimientos del artesano se ponen a prueba al transformar materiales como el tule, chuspata, ixtle, carrizo, palma, pita, vara de sauce, fibra de trigo o paja. Transformándolos en objetos tejidos perfectos. (Casa De Las Artesanías Michoacán)

Técnicas en Michoacán:

- Tule (véase anexo H)
- Chuspata(véase anexo I )
- Ixtle (véase anexo J )
- Carrizo (véase anexo K)
- Palma(véase anexo L)
- hoja de maíz(véase anexo M )

### **3.3.3 ARTESANÍA ELABORADA PARA JUGUETERÍA**

El juguete tradicional se ha utilizado en todas las culturas del mundo, constituyendo un medio de distracción y convivencia social. En Michoacán, se ha desarrollado esta técnica artesanal principalmente a base de madera torneada, con métodos en los que la mano del artesano está en casi todo el proceso de producción y acabado, con hermosos y llamativos colores que invitan a "bailar" un trompo, deslizar un yoyo sobre la cuerda o insertar el cilindro del balero repetidas veces, dando oportunidad a niños y adultos de interactuar con estos juguetes al darles movimiento.(Chiapas, 2012)

(Véase Anexo N)



### **3.3.4 METALISTERÍA Y ORFEBRERÍA**

El arte de trabajar en metales se remonta al año 900 d.C. Actualmente, los cazos, jarrones, centros de mesa, joyas, baños y cocinas enteras deslumbran por su extenso trabajo artesanal. (Instituto Del Artesano Michoacano). La metalistería y orfebrería abarca todas las técnicas de fundido, labrado, cincelado y martillado que se practican en Michoacán, de diversas formas y con la producción de diversos objetos de gran valor artístico, teniendo la mayor representación del trabajo en el metal con el cobre martillado y orfebrería en la gran cantidad de talleres que existen en la población de Santa Clara del Cobre, sin dejar de lado la tradición de la herrería de San Felipe de los Herreros con el trabajo de forja o la joyería de la región oriente, incluyendo Huetamo, Cherán, Uruapan y Pátzcuaro.(Chiapas, 2012)

Técnicas en Michoacán

- Herrería  
Técnica de calentamiento de Fierro para hacerlo maleable haciéndole diversos acabados. (Véase anexo Ñ)
- Cobre  
Es una técnica artesanal en donde el maestro artesano golpea el cobre con marros para darle forma a la pieza artesanal. (Véase anexo O )

### **3.3.5 ARTESANÍA DE LAUDERIA**

El resultado de esta actividad es uno de los más bellos e inspiradores de las artes, pues se centra en la elaboración de instrumentos musicales que tienen una gran gama de maderas como el pinabete, el palo escrito, el palo de rosa, el granadillo, la galeana y otros para crear violines, violas, violonchelos, contrabajos, guitarrones y guitarras. Esta última, con sus curvas bien talladas y definidas ha conquistado a países como Canadá, Estados Unidos, Francia, Bélgica y Suecia, quienes quedan fascinados con el alma sonora de Michoacán. (Instituto Del Artesano Michoacano)

(Véase anexo P)

### **3.3.5 ARTESANÍA ELABORADA CON MADERA**

A pesar de que se necesitan pocas herramientas para la elaboración de artesanía con madera es a los artesanos Michoacanos a los que les debemos la belleza de estos, logrando con su imaginación un sinnúmero de cosas hechas con este material, entre las artesanías elaboradas están las emblemáticas mascararas para la danza de los viejitos, los juguetes como el trompo, el yoyo o los camioncitos de madera, también objetos de cocina como cucharas, palas, molinos. Tupátaro nos muestra la elegancia en muebles tallados a mano y pintados.

En lo que concierne a muebles, los hay de diferentes tipos: de forma rústica, acabados finos, terminado antiguo, estilo colonial, en madera blanca o pintada, con dibujos y demás; atendiendo de esta manera infinidad de gustos y necesidades.(Chiapas, 2012)

Técnicas que se elaboran en Michoacán.

- **Madera Tallada**  
Es un arte en donde el maestro artesano mediante una navaja talla la madera formando figuras. (Véase Anexo Q)
- **Torneado De Granadillo**  
Es una técnica de tallado mediante un torno en maderas finas. (Véase Anexo R)
- **Mascarería**  
Es el arte de hacer mascararas. (Véase Anexo S)

### **3.3.7 MAQUE Y LACAS**

El maque y la laca se utilizaba para adornar piezas de uso cotidiano en la época prehispánica, el maque, la laca perfilada en oro y el maque incrustado son algunas de las técnicas que se practican para dar vida con profundas sombras y llamativos

dibujos de la flora y fauna locales llenas de colores a guajes, bateas, cofres y joyería. Una de las artesanías más laboriosas que se refleja en la delicadeza de sus figuras. (Instituto Del Artesano Michoacano)

Técnicas de Maque y Laca en Michoacán.

- Laca perfilada. (Véase anexo T)
- Maque incrustado. (Véase anexo W)

### **3.3.8 TEXTILES**

En Michoacán, son comunes los textiles de algodón y de lana, tradicionalmente elaborados en telares de cintura o de pedal, con lo que se confeccionan diferentes prendas con bordados e iconografía característica y propia de las comunidades, así como deshilada con diferentes figuras, siendo un Estado rico en textiles pues se puede apreciar que casi cada comunidad tiene su identidad particular en cada prenda. (Chiapas, 2012)

(Ver anexo X)

### **3.3.9 VIDRIERÍA**

Fue a mediados del siglo XVI que el virrey Antonio de Mendoza trajo a México a los maestros vidrieros desde Europa. De inmediato sus colores, su transparencia y su fragilidad conquistaron a propios y extraños. Actualmente, las esferas de vidrio soplado del municipio de Tlalpujahuá están consideradas entre las cinco mejores del mundo, derivado de sus diseños, la delicadeza de sus partes y la elección de sus colores. Un gusto hecho para los coleccionistas y verdaderos expertos de las técnicas artesanales. (Instituto Del Artesano Michoacano)

(Ver anexo Y)

### **3.3.10 TALABARTERÍA**

Es la técnica utilizada para transformar el cuero o piel para darle un sentido útil y bello; trazando, cortando y cosiendo el cuero curtido (Chiapas, 2012)

(Ver anexo Z)

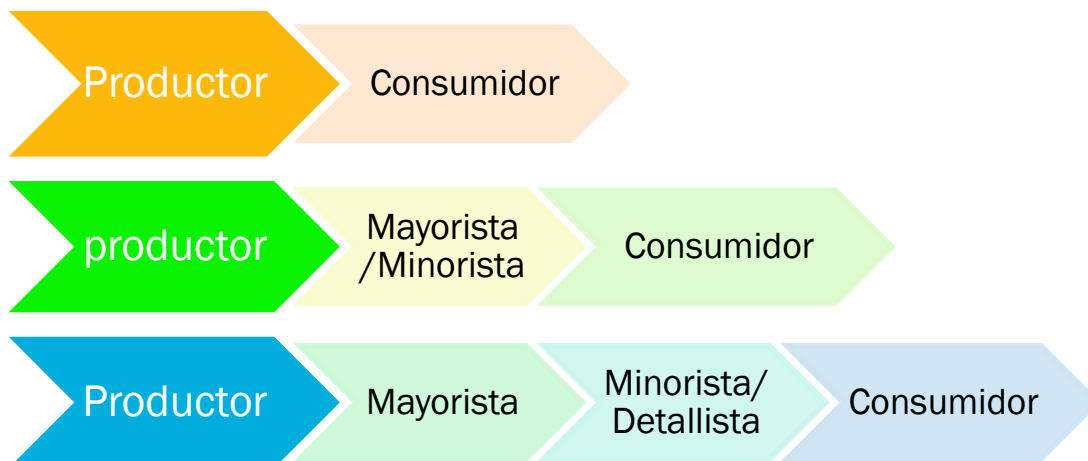
### 3.3.11 CANTERÍA Y LAPIDARÍA

Es el arte de transformar piedra en alguna cosa utilitaria (ver anexo AA )

## 3.4 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los Canales de distribución se caracterizan por ser los que marcan la etapa que comprende un producto desde su elaboración hasta su consumo, Los canales de distribución directos son los que no necesitan de un intermediario para lograr hacer la venta ya que pasa del productor al consumidor final, manteniendo esta una ventaja en la reducción de costos. A diferencia los canales de distribución indirecta necesitara de un intermediario entre el productor y el consumidor final siendo este el negociador de ambas partes una desventaja es el costo que este genera.

**Ilustración 1 Canales De Distribución**



Fuente: Elaboración propia

### 3.5 EXPORTACIONES

De acuerdo con PROMEXICO muestran que los principales destinos a Exportar Artesanía son: Australia, Canadá, Colombia, España, Estados Unidos e Italia. (Forbes staff, 2014) , Las artesanías Michoacanas son representativas y decorativas siendo estas las más vendidas seguidas por utensilios para cocina, cabe destacar que el principal demandante de productos artesanales es Estados Unidos, país que concentra 8% de las importaciones. Dentro de los principales productos que demanda se encuentran productos de madera, joyería y textiles, además es principal socio comercial de México. En 2009 el monto de las exportaciones totales a ese país fue de 185 mil millones de dólares, aunque cabe especificar que no fue sólo de artesanías, rubro del que sabemos abarca 80% de las exportaciones, Por el lado de la demanda, los seis principales importadores de artesanía en el mundo en la actualidad son: Estados Unidos, China, Alemania, Francia, Reino Unido y Japón, quienes importaron 40% del total mundial en 2009. La ausencia de información estadística precisa sobre el tema representa un gran problema para conocer los datos de exportación de artesanías. Las estadísticas señalan que el mercado mundial de importaciones en 2009 se valuó en 852 mil millones de dólares y registró un crecimiento de más de 500 mil millones de dólares, tomando en cuenta que para 2006 el tamaño del mercado era de 326 mil millones de dólares. De esto se desprende que el mercado de las artesanías en el mundo tiene de hecho un importante potencial de consumo(Sales Heredia, 2013)

### **3.6 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MERCADO**

Las artesanías Michoacanas tienen un amplio margen de oportunidades para su venta, son piezas únicas e inigualables aunque existe la falta de conocimiento de canales de comercialización.

Las oportunidades de comercialización tienen un gran margen de éxito por la gran población latinoamericana la cual busca tener algún recuerdo de su país natal. Además de ingresar a uno de los Países con mayor comercialización e infraestructura y dar a conocer la mercancía para así tener más clientes directos o indirectos

Por otra parte una de las amenazas más grandes de todo artesano es la producción de artículos similares de origen chino por la competitividad en precios y la reacción de los consumidores al tener preferencia por ellos y por ende la demanda de Artesanía sea baja y por consecuencia puede repercutir en ingresos a la empresa.

## CAPITULO IV “LA EMPRESA”

### 4.1 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

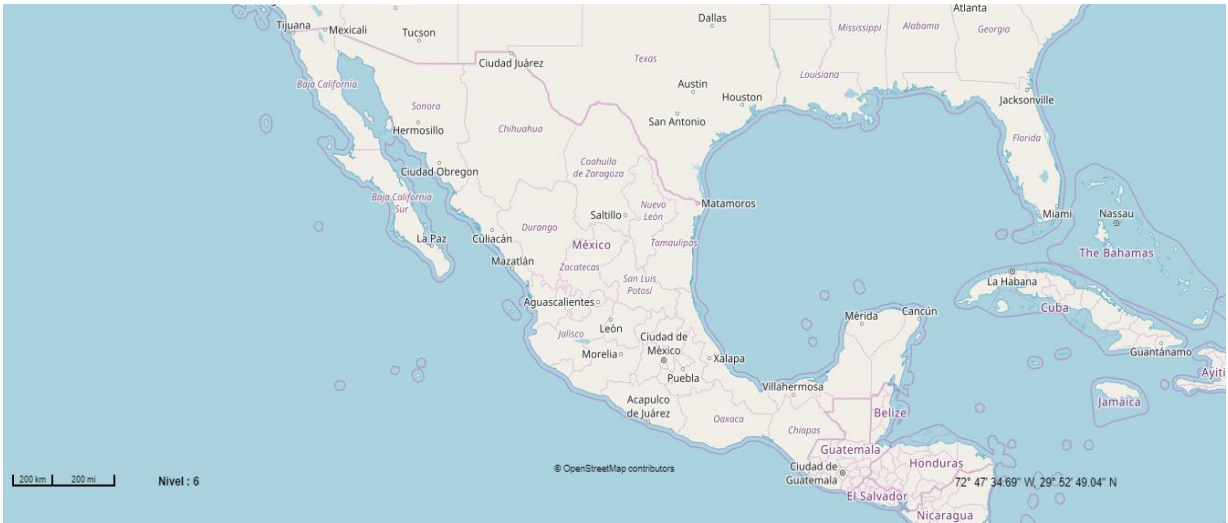
La idea de IREKUA (comercializadora de artesanías) nace a partir de un viaje de placer a Huston Tx, USA. Por Agradecimiento a las personas que nos recibieron Familia y Amigos se les llevó obsequios que nos representaran y recordaran como son las artesanías de Michoacán, entre los que destacan: masetas de barro, cuadros de madera, cazuelas y utensilios de cocina hechos de barro, calzado tipo huarache y comedores de madera labrados y pintados a mano; debido a la gran aceptación de estos obsequios se visualizó la oportunidad de introducirlos al mercado; nuestras razones para exportarlo a Houston es porque está relativamente cerca de la frontera y cuentan con una gran población de migrantes mexicanos que pueden ser nuestros clientes potenciales sin dejar a un lado los nativos americanos que se interesan mucho por el trabajo artesanal.

#### **Ubicación de México**

Los **Estados Unidos Mexicanos** o **México** está ubicado en América del Norte. Si usamos como referencia el Ecuador, se localiza en el hemisferio Norte y, de acuerdo con el meridiano de Greenwich, en el hemisferio Occidental.

Limita al Norte con Estados Unidos de América, al Sur y Oeste con el océano Pacífico, al Este con el Golfo de México y el mar Caribe, y al Sureste con Guatemala y Belice (Nacional, Exterior, Gonzalo, & Ortiz, n.d.).

## Ilustración 2 Mapa de México



Fuente: INEGI, 2018

## Ilustración 3 Mapa de Morelia Michoacán



Fuente: INEGI, 2018



## **Ubicación de Michoacán**

Michoacán es localizado al centro-oeste de México, colinda con Guanajuato, Jalisco, Colima, Guerrero y Edo. México, cuenta con 113 municipios y en su mayoría cada uno de ellos cuenta su historia con una artesanía que le caracteriza.

Su capital Morelia es un punto logístico clave ideal para establecer la empresa.

## **Dirección de la empresa:**

Calle: Anacardo #22 Col. Puerto De Buenavista Morelia, Michoacán, México

## **4.2 MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS, METAS Y LOGOTIPO**

### **4.2.1 MISIÓN**

Ser una empresa que está comprometida en promover, desarrollar y apoyar las exportaciones de artesanía Michoacana para la preservación de las tradiciones así como el apoyo a las regiones del estado y sus artesanos.

### **5.2.2 VISIÓN**

Ser una empresa comercializadora de artesanía líder, que sea reconocida por su calidad, innovación y satisfacción al cliente, además de contribuir a preservar la identidad de la cultura Michoacana y elevar el desarrollo artesanal.

### **4.2.3 OBJETIVOS**

#### **Corto Plazo**

- Iniciar proceso de constitución de la empresa
- Darle forma a la empresa en imagen, marketing, etc.
- Búsqueda de proveedores artesanos
- Búsqueda de cartera de clientes
- Revisión de marco legal sobre la comercialización del producto

## **Mediano Plazo**

- Alianzas con proveedores artesanos
- Creación de página web de la empresa
- Crear un catálogo de las artesanías
- Darse a conocer con posibles clientes
- Búsqueda de agente aduanal
- Aplicar un plan de calidad
- Creación de un plan logístico

## **Largo Plazo**

- Negociación con posibles clientes
- Exportación de artesanías
- Búsqueda para incrementar clientes
- Creación de proyectos para elevar apoyos a artesanos Michoacanos
- Aumentar la rentabilidad de la empresa

### **4.2.4 METAS**

- Optimizar entregas a cliente
- Implementar tecnología en aspecto logístico
- Ampliar el mercado a más estados de estados unidos
- Ser reconocidos por brindar apoyo a los artesanos michoacanos
- Tener la confianza principalmente de nuestros proveedores artesanos como los clientes
- Lograr entregas de productos en tiempo y forma

#### 4.2.5 LOGOTIPO DE LA EMPRESA

Ilustración 4 Logotipo 1



Fuente: Elaboración Propia

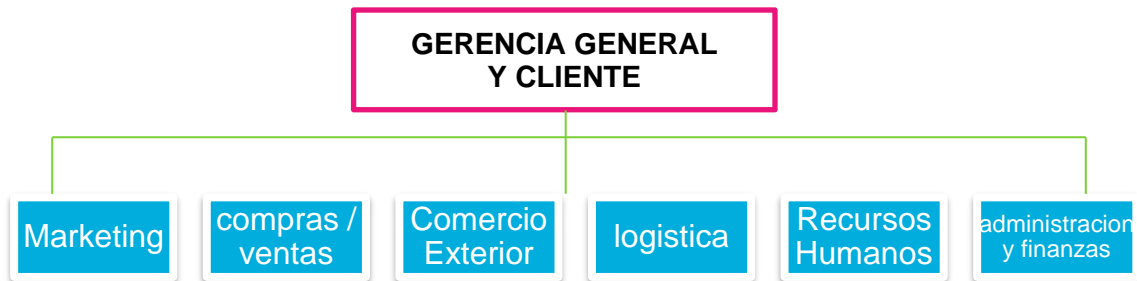
Ilustración 5 Logotipo 2



Fuente: Elaboración Propia

## 4.3 ORGANIGRAMA

Ilustración 6 Organigrama



### FODA

Algunos autores como Strickland, considera al análisis FODA como la construcción de un balance estratégico, así los aspectos fuertes conforman los activos competitivos mientras que los aspectos débiles son los pasivos competitivos. Lo que significa importante que los activos competitivos superen a los pasivos competitivos. La mejor manera de lograr el éxito consiste en el diseño de estrategias partiendo de las fortalezas, o sea de lo que mejor realiza la organización.

## FIGURA 5 FODA

Ilustración 7 FODA



Fuente: Elaboración Propia

### 4.4 ORGANIZACIÓN ACTUAL

La empresa está conformada por un organigrama circular donde la autoridad máxima estará en el centro, optamos por tener este sistema pues creemos que todos los puestos son importantes pues todos servimos a un cliente de formas distintas es así que todos aportamos un granito de ayuda.

- 3 Marketing : encargado de la imagen y el comportamiento de mercado
- 4 Administración y finanzas: estará encargado de dirigir y trabajar con los recursos de la empresa
- 5 Compras y ventas: encargados de búsqueda de proveedores y clientes
- 6 Comercio exterior: encargado de requisitos y documentación para la exportación

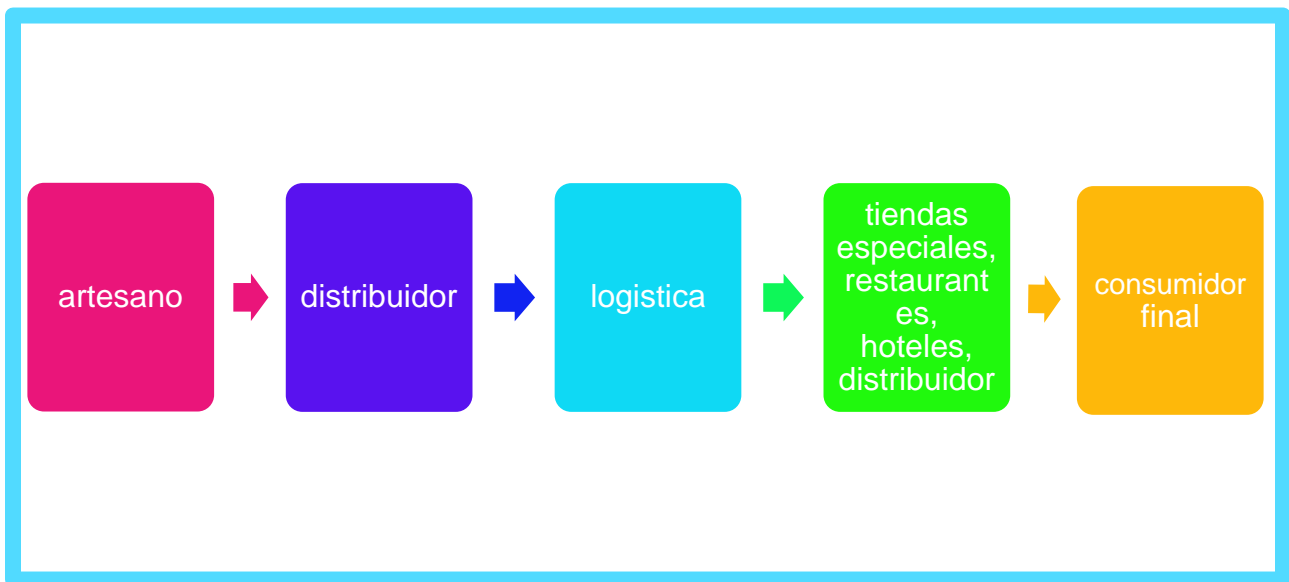
- 7 Logística: encargado de la determinación de las necesidades y llevarlas a cabo principalmente distribución y recolección de mercancía.
- 8 Recursos Humanos: encargado de elegir y analizar la contratación de empleados, capacitaciones, etc.

#### 4.5 CADENA DE VALOR

La cadena de valor una herramienta de análisis estratégico que ayuda a determinar la ventaja competitiva de la empresa.

Con la cadena de valor se consigue examinar y dividir la compañía en sus actividades estratégicas más relevantes a fin de entender cómo funcionan los costos, las fuentes actuales y en que radica la diferenciación. (Porter, 2015)

**Ilustración 8 Cadena de Valor**



Fuente: Elaboración Propia

La cadena de valor consiste en la adquisición de artesanías directamente de los artesanos esto para tener certeza de que la mercancía sea 100% artesanal, además de generar apoyo a los mismos artesanos , pasa a manos del distribuidor quien se encargará de comercializar y distribuir las artesanías, aquí principalmente se hará la promoción del producto mediante redes sociales, pagina web , folletos demostrativos además de catálogos, también en este segundo proceso se dará más valor agregado al producto , este punto es muy importante ya que aquí se tomaran las decisiones más importantes de todos los procesos , se pasara al punto de logística en este punto se buscará los mejores canales de distribución para saber qué es lo más conveniente para el cómo vendedor y el cliente esto dependerá de la ubicación donde deseen la mercancía , en este punto entra el agente aduanal que se encargara del despacho de mercancías en aduana y todo sus procesos, el siguiente punto es la distribución a los clientes ya sea en tiendas departamentales, restaurantes, hoteles , o cualquier otro distribuidor que hagan llegar el producto a un cliente final.

#### 4.6 PROVEEDORES

**Tabla 10 Proveedores**

<b>PRODUCTO</b>	<b>REGION</b>
Comedores Tallados y Pintados a Mano, Cuadros Y Decorativos De Madera	Tupátaro Y Cuanajo
Masetas y decorativos de Barro	Tzintzuntzan
Masetas y vajillas de Barro	Capula
Maque y Laca	Pátzcuaro

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7 PRODUCTOS SELECCIONADOS PARA LA EXPORTACIÓN

La selección de los productos seleccionados tiene que ver con la viabilidad de exportación y son los siguientes:

**Tabla 11 Productos Seleccionados**

<b>PRODUCTO</b>	<b>FRACCION ARANCELARIA</b>
<b>Comedor De Madera Tallado Y Pintado A Mano</b>	94034001
<b>Bajilla de cerámica y/o barro</b>	69120001 – 69120099
<b>Cuadro decorativo de madera tallado y pintado a mano</b>	94209099

Elaboración Propia

#### 4.8 PRECIOS DE VENTA

**Tabla 12 Precios de Venta**

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO</b>
<b>Comedor De Madera Tallado Y Pintado A Mano</b>	APROX \$ 2,500 USD (8 PERSONAS) APROX \$ 1,800 USD (6 PERSONAS)
<b>Bajilla de cerámica y/o barro</b>	APROX \$ 200 USD (8 PERSONAS) APROX \$180 USD (6 PERSONAS)
<b>Cuadro decorativo de madera tallado y pintado a mano</b>	ENTRE \$ 60 Y 100 USD

Elaboración propia

Los precios de cada artesanía varían dependiendo el diseño que estas tengan ya que algunas son más laboriosas e implican más tiempo de hechura, así como de materiales, recordemos que las artesanías son piezas únicas por lo tanto cada una tiene distinto valor.



# CAPÍTULO V MERCADO DE ARTESANÍAS EN ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

## 5.1 DATOS GENERALES DE USA

### 5.1.1 UBICACIÓN GEOGRAFICA

Estados Unidos de América se encuentra al Norte de América colindando al Norte con Canadá y al sur con México.

#### Ilustración 9 Mapa USA



Fuente: INEGI 2018

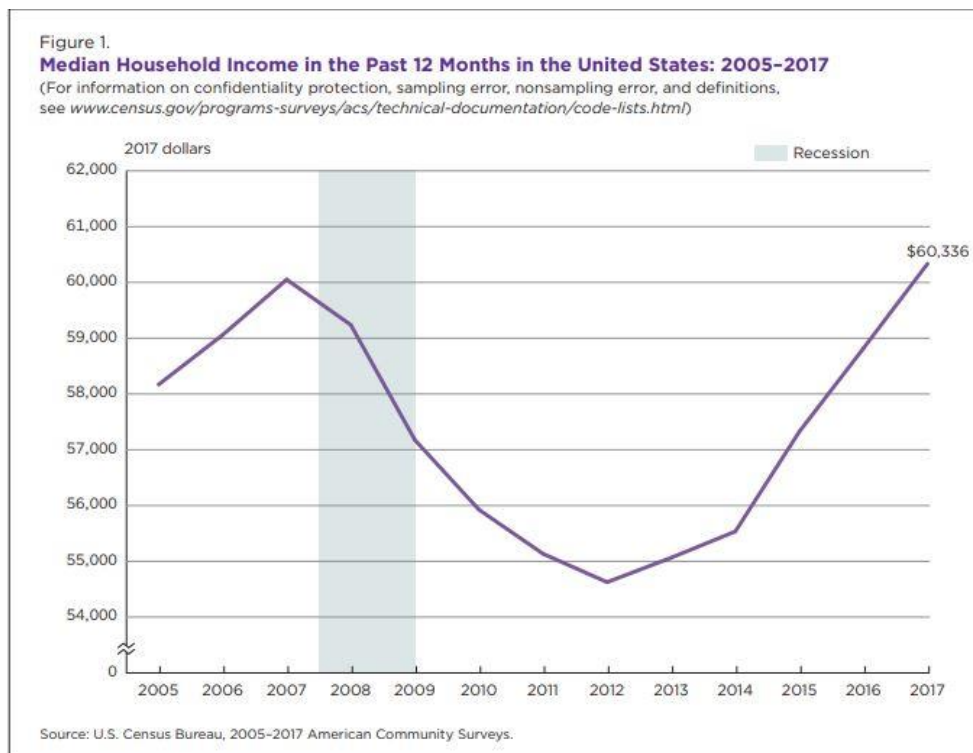
### 5.1.2 DEMOGRAFIA Y SOCIEDAD

Según US Census al 28 de octubre su población la estimaban en 328,883,325 personas , la principal fuente del crecimiento de la población del país es gracias a los migrantes dándole a este una variedad étnica, los hispanos experimentan un crecimiento de población de 43% respecto al senso de 2010; La población se concentra en California y en la costa Este, sumando conjuntamente un 49,3% . Las principales áreas metropolitanas en 2013 son las siguientes: Nueva York, Los Angeles, Chicago, Dallas, Filadelfia, Houston, Washington DC, Miami, Atlanta, Boston y San Francisco.(Española, 2005)

### 5.1.3 ECONOMIA E INGRESOS

En la siguiente tabla se muestra cómo el ingreso promedio de las Familias de USA tiene un incremento, siendo el 5to año consecutivo que va aumentando y posicionándose en 60,336 Dólares anuales para 2017

**Ilustración 10 Tabla De Ingresos Por Año USA**



### 5.2 TENDENCIAS DEL CONSUMO

El consumo de productos artesanales en Estados Unidos con propósitos decorativos o de uso práctico se ha incrementado en los últimos años, especialmente las ventas de bolsas, prendas de vestir con textiles típicos y de productos de madera para el hogar; El consumidor está dispuesto a probar

productos novedosos, es exigente, está bien informado y tiene conciencia del cuidado del medio ambiente. Los productos que sean novedosos, eco amigable, funcional y orgánico, serán valorados por su calidad y no por su precio, además los consumidores muestran cada día más interés en saber el origen del producto, su ciclo de vida, características y sus actividades que soporten causas morales y sociales alrededor del mundo. (ProColombia)

The screenshot shows the SIAMI (Sistema de Información Arancelaria Vía Internet) interface. The top navigation bar includes the logo of the Secretaría de Economía and the SIAMI title. Below the navigation bar, there are several menu items: 'Aranceles y normatividad', 'Estadísticas Anuales', 'Estadísticas Mensuales', and 'Empresas'. The 'Estadísticas Mensuales' menu is expanded, showing a list of years from 2018 to 2003. The search results for '4420.90.99 Los demás' are displayed, showing a description: 'manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera, no comprendidos en el Capítulo 94.' The interface also features logos for SIEM (Sistema de Información Empresarial Madera) and SIC-AGRO (Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera).

**Ilustración 11 Exportaciones de Cuadros de Madera**

Valor en dólares

EXPORTACIONES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Total</b>	95,402	157,965	206,557	104,386	191,413	265,349	136,627	252,145	208,932	252,473	273,205	213,605
Estados Unidos de America	70,668	133,255	183,188	89,555	161,086	229,923	127,915	248,165	160,398	221,158	248,957	195,555
Países no identificados	11,052	9,165	11,187	10	19,360	25	25	30	39,954	10,359	5,660	8,272
Honduras (República de)	40	0	0	0	833	0	99	135	0	74	3,640	5,846
Haiti (República de)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,762
Chile (República de)	0	0	0	79	0	0	0	0	0	2,658	0	979
Guatemala (República de)	20	89	2,056	40	20	41	354	1,527	224	718	133	435
Singapur (República de)	0	0	0	90	0	0	0	0	0	0	0	381
Colombia (República de)	0	0	0	0	0	0	0	524	201	0	22	349

### 5.3 PRINCIPALES MERCADOS CON OPORTUNIDAD DE EXPORTACION

Fuente: SIAMI, 2019

En el cuadro se muestran las exportaciones hechas por México y se puede observar que el principal cliente de estas mercancías es USA.

## Ilustración 12 Exportaciones de Comedores de madera

SE SECRETARÍA DE ECONOMÍA  
SIAMI SISTEMA DE INFORMACIÓN ARANCELARIA VIA INTERNET

4 SIAMI

Capítulo: 85-94  
Partida: 9401-9406  
Subpartida: 940310-940389  
Fracción: 94034001

94 Muebles; mobiliario medico-quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras luminosos y artículos similares; construcciones prefabricadas  
9403 Los demás muebles y sus partes.  
9403.40 - Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas.  
9403.40.01 Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas.

Aranceles y normatividad | Estadísticas Anuales | Estadísticas Anuales: | 2018 2017 2016 2015 2014 2013 2012 2011 2010 2009 2008 2007 2006 2005 2004 | Empresas

Fracción > Estadísticas Mensuales > 2018 (94034001)

### Estadísticas Mensuales

Valor en dólares

EXPORTACIONES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Total</b>	4,189,396	3,987,322	4,717,125	4,423,314	3,931,383	3,140,901	3,682,686	3,578,201	3,630,162	4,230,260	4,843,439	4,752,376
Estados Unidos de America	4,121,639	3,912,374	4,674,158	4,299,963	3,853,131	3,051,707	3,628,588	3,517,042	3,578,590	4,184,768	4,769,756	4,701,830
Guatemala (República de)	57,382	28,036	8,340	60,260	27,388	54,217	27,898	28,004	28,118	28,693	56,430	28,166
Canada	5,911	6,111	7,128	20,188	28,790	11,930	16,866	2,988	6,045	5,341	6,745	6,186
Costa Rica (República de)	741	11,370	9,065	0	12,978	10,623	2,184	1,610	2,112	4,212	4,274	5,446
Republica Dominicana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5,439
Alemania (República Federal de)	1,742	14,234	15,174	14,740	3,458	3,866	3,247	3,078	10,386	4,772	0	3,454
Chile (República de)	109	0	0	17,621	0	0	0	0	0	0	0	1,094

Fuente: SIAMI, 2019

## Ilustración 13 Exportaciones de Bajillas de Barro

SE SECRETARÍA DE ECONOMÍA  
SIAMI SISTEMA DE INFORMACIÓN ARANCELARIA VIA INTERNET

4 SIAMI

Capítulo: 60-69  
Partida: 6903-6912  
Subpartida: 691200-691209  
Fracción: 69120001-69120099

69 Productos ceramicos.  
6912 Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana.  
6912.00 Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana.  
6912.00.99 Los demás

Aranceles y normatividad | Estadísticas Anuales | Estadísticas Mensuales: | 2018 2017 2016 2015 2014 2013 2012 2011 2010 2009 2008 2007 2006 2005 2004 2003 | Empresas

Fracción > Estadísticas Mensuales > 2018 (69120099)

### Estadísticas Mensuales

Valor en dólares

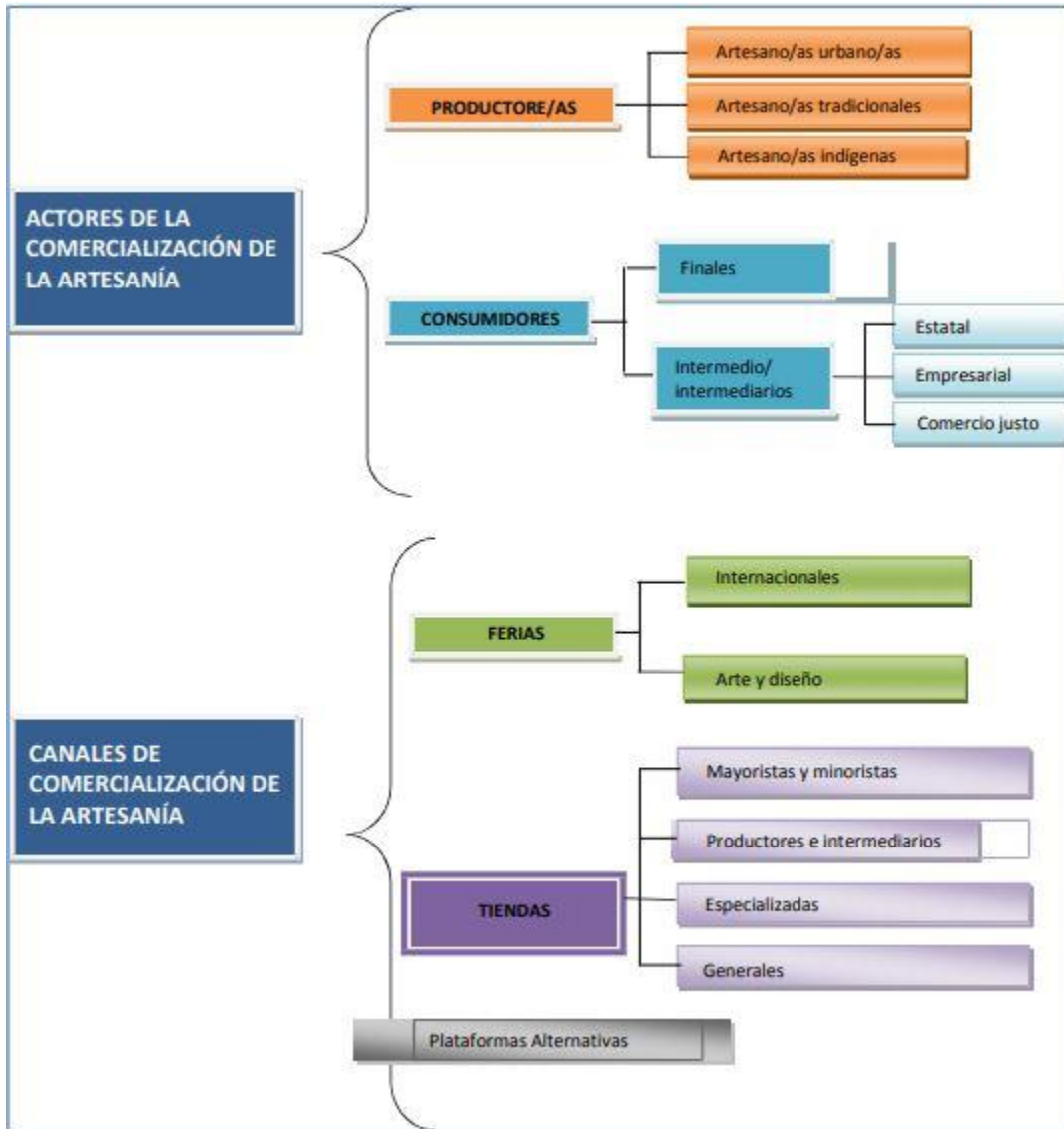
EXPORTACIONES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Total</b>	1,901,348	1,942,608	1,860,704	2,179,185	2,710,137	1,727,318	1,627,398	1,721,775	1,912,269	1,851,108	1,075,406	829,981
Estados Unidos de America	1,893,353	1,932,951	1,853,692	2,171,807	2,689,491	1,722,742	1,617,114	1,714,472	1,884,717	1,837,275	1,056,428	823,740
Países no identificados	7,300	6,195	5,311	0	13,671	0	0	0	24,299	7,042	5,040	6,099
Puerto Rico	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	110
Republica Dominicana	0	0	805	0	0	0	0	0	0	0	0	32
España (Reino de)	0	0	0	0	0	0	3,375	0	0	3,289	669	0
Francia	0	0	0	0	0	60	2,973	0	159	20	0	0
Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda	0	265	0	0	0	0	0	1,197	0	78	0	0

Fuente: SIAMI, 2019

## 5.4 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los canales de distribución son los actos que facilitan la distribución del producto para hacerlos llegar al cliente final.

Ilustración 14 Canal De Distribución



Fuente: Caracterización de los canales de comercialización de artesanías y buenas practicas, abril 2013.

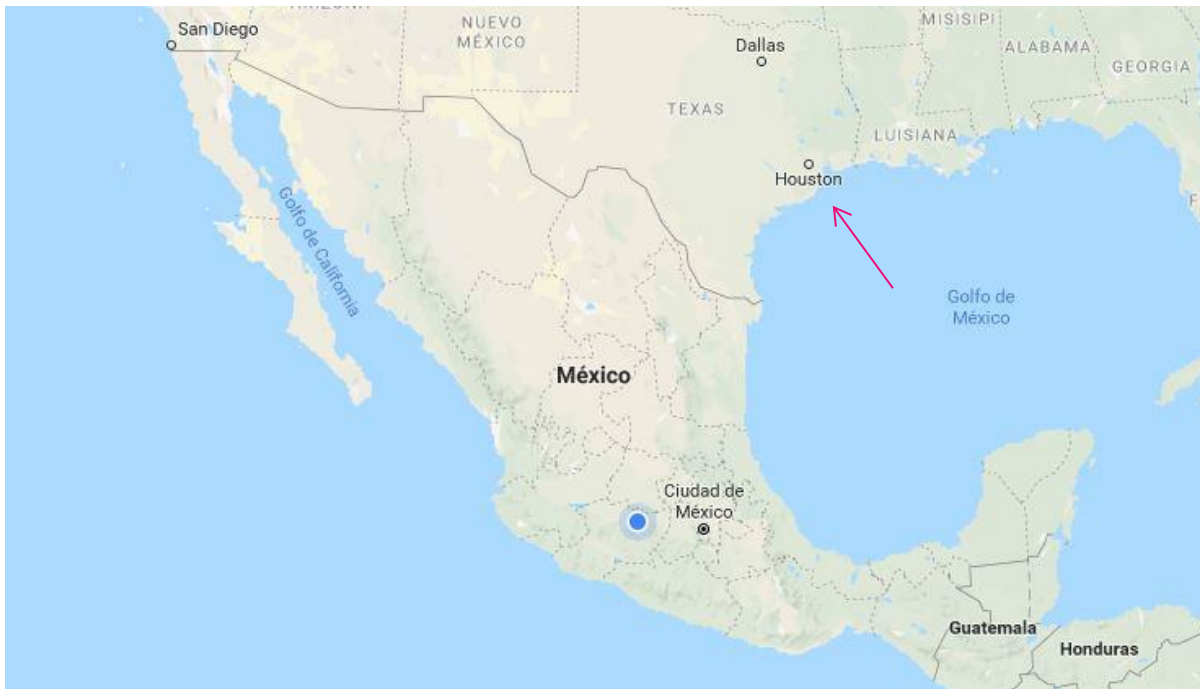
## CAPÍTULO VI. LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN

### 6.1 DATOS BÁSICOS DEL ESTADO O CIUDAD SELECCIONADO

El Estado de Texas es el segundo estado más grande de USA, su capital es Austin y se encuentra al sur de estado unidos, colindando con Nuevo México, Oklahoma, Arkansas, Luisiana y con México.

Una de las ciudades más importantes y la cuarta más poblada es Houston con una población en 2017 de 2, 312,717 personas según (Population, 2019) , Houston es una ciudad de múltiples culturas es por eso que no hay una lengua oficial ya que en esta ciudad el 77% de la población es hispanoparlante.

**Ilustración 15 Mapa Ubicación De Houston, Tx.**



Fuente: INEGI,2019.

## 6.2 CONTEXTO ECONÓMICO DEL ESTADO

La ciudad de Houston se caracteriza por su economía gracias al petróleo contando con 27 refinerías petroleras, gracias a esto hay una economía en aceleración haciendo que las personas de otros estados se muden a esta gran ciudad haciendo que crezca sin signos de desaceleración económica.

Houston le da vida una una Creciente Economía empresarial Que se ha diversificado rápidamente un partir de Una Sólida de base de Energía. Esto incluye diversificación Desarrollo de Industrias de Alta Tecnología, Investigación Médica, Cuidado de la Salud y servicios profesionales.

Hoy, la Economía de Houston se basa En Una Amplia Gama de Industrias Entre las Que se INCLUYEN:

- Exploración Petrolera
- Refinería Petrolera básica
- Petroquímica Producción
- Investigación Médica y Cuidado de la Salud
- Tecnología Alta (computación, aeroespacial, ecología, etc.)
- Gobierno (municipal, Estatal, Federal)
- Importaciones y Exportaciones Internacionales
- pesca comercial
- Agricultura
- Educación
- Industria fílmica y Medios de Comunicación
- Banca y Finanzas
- Manufactura y Distribución
- Industrias de Servicios Relacionados

Houston es el Hogar de numerosas Empresas, incluidas las oficinas corporativas de 23 de las Compañías de la Lista *Fortune 500* . La ciudad de Brinda su amistad a todos los empresarios. Muchos de Nuevos Negocios, Como las Compañías Que Ahora pertenecen al grupo *Fortune 500* , comenzaron de a poco. Asimismo, el Muchos Países y Corporaciones Extranjeras de han establecido Una Presencia en Houston para Tener Acceso a Mercados norteamericanos los Excelentes Gracias a las vías de Distribución de la Ciudad. (City Of Houston Tx)

### **6.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

Para la comercialización de nuestra mercancía previamente se tiene un cliente el cual comercializa mercancía similar es decir son galerías de arte, mueblerías etc. Que son distribuidores y se encargan de la venta de productos similares, si bien existe una página de internet en la cual cualquier persona podrá adquirir nuestros productos directamente, cabe señalar que al adquirir algún producto de nuestra marca tendrán como regalo un presente representativo del estado de Michoacán.

Para distribuir la mercancía se opta por la recolección de la misma en nuestra bodega, en donde se harán la carga al transporte en tiempo y forma, posteriormente el transporte hará el recorrido de nuestra bodega (Morelia) hasta la ciudad de Tamaulipas, entregando la mercancía en la Aduana de Nuevo Laredo Tamaulipas puente III. Es ahí donde termina nuestra responsabilidad ante la mercancía por consiguiente el comprador hará los tramites de importación de los productos haciéndolos llegar a sus negocios. Al adquirir productos por internet el cliente deberá pagar los servicios de envío.



## **6.4 TRATADOS DE MEXICO CON ESTADOS UNIDOS**

México cuenta con el tratado de libre comercio TLCAN hoy en día llamado UMSCA que incluye a México, Estados Unidos de América y Canadá, este tratado entro en vigor desde noviembre de 1993 con el nombre de TLCAN fue hasta septiembre de 2018 donde se renegocio el tratado. Este tratado busca el intercambio comercial preferencias arancelarias.

En el caso de las Artesanías estas están exentas de aranceles ya que están dentro de las preferencias arancelarias

## **6.5 ENVASE Y EMBALAJE**

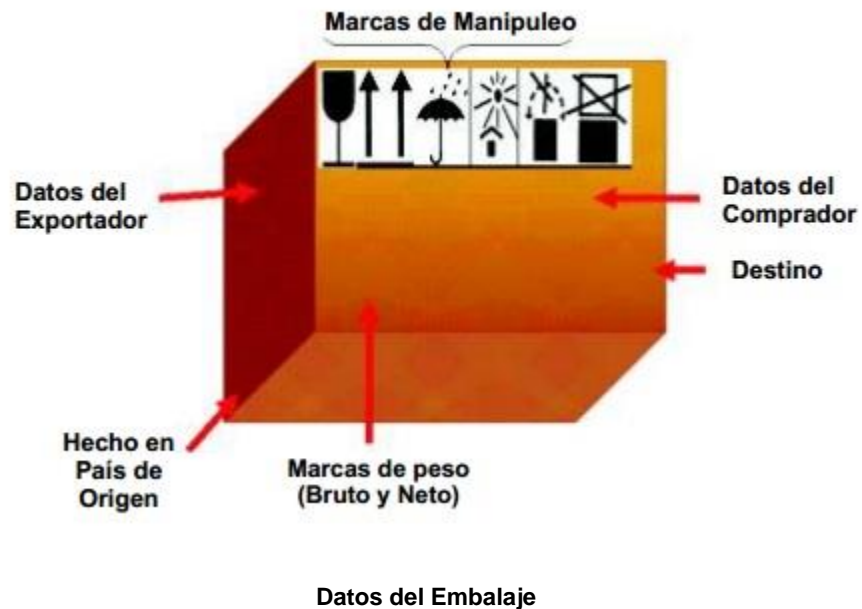
El embalaje tiene la finalidad de proteger los productos durante la transportación, el almacenamiento y distribución. Las regulaciones del embalaje son diferentes dependiendo la forma en que se maneja la mercancía, dimensiones permitidas, materiales usados, instrucciones de armado, forma de acomodo, instrucción del manejo, fumigación, etc.; México cuenta con la Norma Oficial Mexicana NMX-EE-59-NORMEX-2000 símbolos para el manejo, transporte y almacenaje, la cual establece los símbolos que representan instrucciones de manejo. (ProMéxico, 2015) (BB Y CC )

Las funciones principales del Empaque y/o Embalaje son proteger la mercancía dentro de la cadena de logística, presentación del producto y preservar el medio ambiente. El embalaje y/o empaque para artesanías tiene características especiales puesto que son productos altamente delicados, para ello el embalaje debe de garantizar la inmovilización, tener una buena amortiguación, cabe destacar también que es importante tener en cuenta los pesos y volumen de estás ya que se determinara el empaque y/o embalaje dependiendo de ello.

El código federal de Regulaciones de estados unidos establece que el país que elaboro o manufacturo el producto debe de estar señalado en su envase. Cualquier producto que sea para la comercialización en USA debe de contener la información en el idioma inglés.

Los requisitos generales de la etiqueta son:

- Denominación del producto la cual debe de estar localizada en el tercio superior del panel principal, aparecer en forma visible y prominente en comparación al nombre y marca del producto
- Nombre comercial del producto
- Declaración del contenido neto usando medidas métricas decimales y el sistema Ingles
- Declaración de ingredientes y/o composición de la mercancía
- Código de barras (UPC)
- Instrucciones de Uso
- Nombre y dirección del productor





Cada país puede exigir para el ingreso de mercancías que esté marcado el país de Origen, México cuenta con NMX (Normas Mexicanas) de cumplimiento voluntario y NOM (Normas Oficiales Mexicanas) que son Obligatorias. El marcado de país de Origen es una NOM con la leyenda “Hecho en México”, “Made In México” o cualquier otro idioma. NMX-Z-009-1978 Emblema Hecho en México.

## 6.7 INCOTERM

Los incoterm son términos comerciales que se utilizan para dejar en claro las responsabilidades y obligaciones así como las limitantes y los alcances de distribución según el contrato con el cliente

En el caso de la empresa el Incoterm a utilizar es CPT en el cual el vendedor se hace responsable de pagar fletes y costes para hacer llegar la mercancía al punto de destino convenido por ambas partes incluido el despacho aduanero.

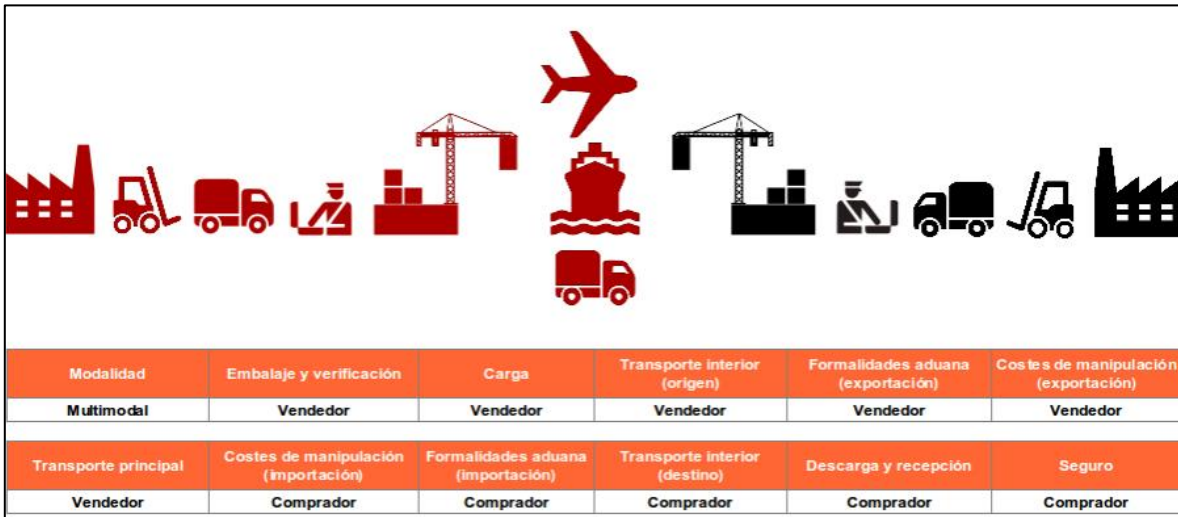
¿De qué se tiene que hacer cargo el vendedor en una operación CPT ?

- Entrega de la mercancía en su almacén (como mínimo)
- Carga de la mercancía en el camión (como mínimo)
- Transporte local en origen desde almacén a puerto / aeropuerto
- Despacho de aduana de exportación
- Contratación del seguro de transporte
- Carga y estiba de la mercancía en el buque
- Transporte internacional de la mercancía

¿De qué se tiene que hacer cargo el comprador en una operación CPT?

- Descarga de la mercancía
- Despacho de aduanas de importación
- Transporte local en destino
- Entrega en el almacén del comprador (Maitza, 2019)

### Ilustración 16 CPT



## 6.8 FRACCIÓN ARANCELARIA

Tabla 13 Fracciones Arancelarias

PRODUCTO	FRACCION ARANCELARIA
Comedor De Madera Tallado Y Pintado A Mano	94034001
Bajilla de cerámica y/o barro	69120001 - 69120099
Cuadro decorativo de madera tallado y pintado a mano	94209099

Elaboración propia

## 6.9 ADUANA DE ENTRADA

Nuevo Laredo es caracterizada por el gran flujo de comercio que pasa, se dice que es la capital del comercio Internacional ya que ocupa el 1º Lugar con un 40 % de intercambio comercial de México con USA, es por eso que la Aduana de entrada es por la Aduana internacional de comercio mundial puente III de Nuevo Laredo, Tamaulipas, es el puente donde cruzan los camiones de carga.

## **6.10 REGULACIONES ARANCELARIAS**

Los aranceles son cuotas que se aplican para el comercio exterior, estas tarifas son impuestos generales de importación o exportación y pueden ser de 3 tipos:

- I. Ad valorem: en término porcentual aplicándolo sobre el valor en aduana en la mercancía.
- II. Específico: es expresado en términos monetarios por unidad de medida.
- III. Mixto: es una combinación de los dos anteriores

En el caso de la artesanía no tiene ningún cargo por aplicación de Arancel gracias al tratado de libre comercio TLCAN ahora llamado UMSCA, es importante que las mercancías presenten el origen de las mercancías ya que con ellas puede recibir el trato preferencial del tratado comercial.

## **6.11 REGULACIONES NO ARANCELARIAS**

Las regulaciones no arancelarias son medidas que son tomadas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre países, esto sucede para proteger su mercado interno, así como su economía, toman la función de garantizar una mejor calidad para el consumidor dando las características de la misma y asegurando el bienestar en cuestión de a medio ambiente, salud, sanidad vegetal y/o animal.

Existen barreras cualitativas y cuantitativas las cuales son:

- Regulaciones de etiquetado
- Empaque y embalaje
- Regulación de toxicidad
- Mercado del país de origen
- Regulaciones ecológicas
- NOM'S
- Cuotas

- Precios Mínimos
- Permisos previos de importación
- Cuotas compensatorias

Estados unidos cuenta con la ley llamada Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act. La cual se encarga de salvaguardar la seguridad nacional y salud pública.

## **6.12 TRÁMITES Y DOCUMENTOS**

1. Para exportar el primer procedimiento que se debe hacer es obtener el RFC (registro Federal de Contribuyentes), los contribuyentes que realicen exportaciones estarán obligados a expedir comprobantes fiscales, esto se establece en el Art. 27 del código Fiscal de la Federación.
2. Registrarse ante el IMPI U OMPI, esto para proteger los derechos de propiedad intelectual como por ejemplo patentes, marcas, derechos de autor etc. Esto para evitar plagios que deterioren la imagen del producto o Marca.
3. El exportador necesita presentar un Pedimento en aduana el cual será por conducto de un apoderado aduanal o un Agente aduanal que deberá incluir la firma electrónica que demuestre el cumplimiento de regulaciones y No regulaciones Arancelarias a las que esté sujeta la mercancía. El pedimento amparara la operación de exportación, además de deberá liquidar los gravámenes que se generen así como la declaración de ellos; cabe destacar que en el caso de utilizar como representante a un Agente

aduanal el será el responsable solidario de la veracidad de los datos y la información que este proporcione, clasificación arancelaria y contribuciones que sean causadas y demás obligaciones. En este caso no se pagará el DTA (Derecho de Trámite Aduanero) por contar con un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, lo anterior en virtud de que se declare en el pedimento que la mercancía califica como mercancía Originaria de México y se cuenta con Certificado de Origen.

4. Los documentos a presentar ante la Aduana por conducto del Agente Aduanal o del Apoderado Aduanal serán: Factura Comercial o cualquier documento que exprese el valor de la mercancía, carta encomienda o también llamada carta de instrucciones al Agente Aduanal, Lista de empaque, Certificado de Origen, Documentos del transporte, Documento que avalen las regulaciones y restricciones No arancelarias por ejemplo documento de fumigación
  - Factura Comercial: tiene varias características las cuales deben ser cumplidas y deberá ser llenada respecto a lo que dicta el SAT.
  - Carta encomienda: se le da propiamente al agente aduanal para encomendar el despacho de las mercancías
  - Lista de empaque: es una lista detallada de la mercancía que se transporta.
  - Certificado de origen: es el documento donde se manifiesta de manera legal que el producto es originario del país.
  - Certificado



- Documento de transporte: Terrestre ( carta porte – CRM)

## 6.13 PLAN OPERATIVO

Ilustración 17 Plan Operativo de Exportación



Fuente: Elaboración propia,

Como se muestra en la ilustración el proceso del plan operativo inicia con el pedido del cliente a partir de ellos se hace el pedido al artesano el cual depende la técnica y dificultad del pedido nos dará una fecha de entrega que van desde los 15 a 30 días para su recolección y almacenaje en la bodega situada en Morelia, en donde se embarcará en el transporte teniendo una maniobra de aproximadamente 2 horas en cargar la caja con la mercancía y entrega de documentos correspondientes para la exportación, a partir de ellos el traslado de Morelia a la frontera de Nuevo Laredo tiene una duración de entre 16 y 17 horas. Para llegar al punto acordado y hacer el despacho de mercancías por el puente III, a partir de ello el cliente se hace responsable de la mercancía.

## 6.14 DATOS Y COSTOS DEL TRANSPORTISTA

Tomando en cuenta el INCOTERM ya mencionado, el traslado de la mercancía es vía terrestre en un camión tipo tortón . Se cotizó el traslado de las mercancías hasta la Aduana de nuevo Laredo puente III.



**TRANSPORTES APHER**  
SERVICIO PUBLICO FEDERAL DE CARGA

Morelia, Mich., 27 febrero 2019.


Bianca Paulina Capiz Alegre.

Por medio de la presente nos da gusto saludarle y de igual manera hacerle llegar la cotización solicitada:

Flete de un Camión Torton con Artesanías.  
Ruta Morelia, Mich-Nuevo Laredo, Tamaulipas  
\$27,500.00. Más IVA.

Sin más de momento quedamos a tus órdenes como tus atentos y s.s.

ATENTAMENTE  
TRANSPORTES APHER



HECTOR PEREZ AMBRIZ,  
GERENTE

INDUSTRIAS APHER,  
S. A. DE C. V.  
R. F. C. IAP-030610-HGS  
ANACARDO No. 22  
COL. PUERTO DE BUENAVISTA  
C.P. 58270 TEL. 3-24-44-79  
MORELIA, MICH.

ANACARDO NO 22 COL. PUERTO DE BUENAVISTA CP. 58270 MORELIA, MICHOACAN  
TEL: 2 74 80 54 NEXTEL: 2 81 20 23 ID: 92\*802017\*1  
Correo Electrónico: transapherhpa@hotmail.com

## **CAPITULO VII CONCLUSIONES**

Irekua es una microempresa basada en ayudar a los artesanos Michoacanos mediante la compra de sus productos con la intención de obtener sus mejores y más exclusivas piezas para la exportación de las mismas con un comercio justo: en el proyecto se detalla el proceso de exportación de México a estados unidos de américa y trata de expresar lo más fácilmente posible el procedimiento para vender al extranjero.

En el proyecto se hizo una investigación de las artesanías producidas por Michoacán y se demostró que los 113 municipios producen artesanía y se dividen por regiones, en el documento se plasman los pueblos más importantes y sus principales artesanías.

Al terminar el proyecto se pudieron confirmar datos que se plantearon, además de corroborar y conocer documentación, estadísticas e información ignorada, se hizo un análisis de mercado en donde se constató que Estados unidos (Houston,Tx) es viable para la comercialización de nuestras artesanías por la gran cantidad de hispanos que habitan en la ciudad.

Así mismo se reforzó el conocimiento en cuestión de documentos y requisitos de exportación de las diferentes mercancías, así como las regulaciones arancelarias y no arancelarias además de analizar la logística ideal y más viable.

Para finalizar es importante recalcar que el uno de los objetivos del proyecto es impulsar el crecimiento económico de los artesanos Michoacanos para generar empleos ya sea directos e indirectos pero todos con la finalidad de hacer crecer la economía; el lograr los objetivos y ejecutar el plan de exportación nos asegura un éxito en el proyecto.

## Bibliografía

- (s.f.). Recuperado el 01 de 11 de 2017, de Instituto Del Artesano Michoacano: <http://artesanias-michoacan.com/technique/maque-lacas/>
- (s.f.). Recuperado el 01 de 11 de 2017, de Instituto Del Artesano Michoacano: <http://artesanias-michoacan.com/technique/textiles/>
- (s.f.). Recuperado el 01 de 11 de 2017, de Instituto Del Artesano Michoacano: <http://artesanias-michoacan.com/technique/metalisteria-orfebreria/>
- (01 de 11 de 17). Obtenido de Casa De Las Artesanias Michoacán: <http://artesanias-michoacan.com/technique/jugueteria/>
- Aduanera", ". A. (30 de Abril de 1997). "La Artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y Codificación Aduanera". Manila, Filipinas.
- *BarroRodado*. (s.f.). Recuperado el 12 de Octubre de 2017, de [http://www.barrorodado.com.ar/es/conceptos\\_basicos](http://www.barrorodado.com.ar/es/conceptos_basicos)
- Bolaños E. (s/f). *David Ricardo* . Obtenido de Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Económicas : <http://www.bdigital.unal.edu.co/26299/1/23864-83564-1-PB.pdf>
- *Cambio De Michacán*. (01 de 11 de 2017). Obtenido de <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/nota-201218>
- Casa De Las Artesanías Michoacán. (s.f.). *Casa De Las Artesanías Michoacán*. Recuperado el 12 de Mayo de 2018, de <http://artesanias-michoacan.com/technique/fibras-vegetales/>
- Chacholiades. M. (1991). *Economía Internacional* . Colombia : McGraw- Hill .
- City Of Houston Tx. (s.f.). *City of Houston Tx*. Recuperado el 2019 de Marzo de 2019, de <http://www.houstontx.gov/espanol/comercio/economia.html>
- Forbes staff. (14 de AGOSTO de 2014). *Forbes México*. Recuperado el 29 de OCTUBRE de 2018, de <https://www.forbes.com.mx/mexico-y-sus-artesanias-en-el-mundo/>

- GONZÁLEZ, S. (07 de ABRIL de 2017). *EL FINANCIERO*. Recuperado el 06 de MARZO de 2018, de <http://www.elfinanciero.com.mx/after-office/la-artesania-mexicana-detonante-del-turismo-cultural.html>
- *Instituto del Artesano Michoacano*. (s.f.). Recuperado el 12 de octubre de 2017, de Casa de las Artesanías: <http://artesantias-michoacan.com/technique/alfareria-ceramica/>
- *Instituto Del Artesano Michoacano*. (s.f.). Recuperado el 01 de 11 de 2017, de <http://artesantias-michoacan.com/technique/lauderia/>
- *Instituto Del Artesano Michoacano*. (s.f.). Recuperado el 01 de 11 de 2017, de <http://artesantias-michoacan.com/technique/vidrieria/>
- Krugman P. y Obstfeld M. (2012). *Economía Internacional*. España : Pearson.
- Lopez, M. (24 de Abril de 2004). Recuperado el 01 de Noviembre de 2017, de <http://www.contactopyme.gob.mx/cpyme/masnoticias.asp?id=1130>
- Maitza. (2019). *Metropolitana de Aduanas y Transporte sa*. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de <https://www.maitza.com/transitario/que-es-el-incoterm-CPT>
- Population, H. (10 de Enero de 2019). Recuperado el 04 de febrero de 2019, de <http://worldpopulationreview.com/us-cities/houston-population/>
- Porter, M. E. (2015). *economipedia*. Recuperado el 12 de octubre de 2017, de <http://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>
- ProColombia. (s.f.). *Colombia Trade*. Recuperado el 12 de Mayo de 2018, de <http://www.colombiatrader.com.co/estados-unidos-artesantias>
- ProColombia. (s.f.). *Colombia Trade*. Recuperado el 12 de Mayo de 2018, de <http://tlc-eeuu.procolombia.co/conozca-estados-unidos/caracteristicas-del-mercado-y-el-consumidor>
- ProMéxico. (2015). *Decídete a Exportar*. En ProMéxico, *Decídete a Exportar* (pág. 13). México: EBC.
- ProMéxico. (2015). *Decídete A Exportar*. Cd.México: EBC.
- Ramales M. (2013). *Economía Internacional, apuntes introductorios*. Obtenido de Biblioteca Eumed Virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1291/1291.pdf>

- Raymond, S. (s.f.). Recuperado el 01 de Noviembre de 2017, de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/255444>
- Steinberg F. (2004). *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. Madrid: Eumed. Net.
- World Fair Trade International. (2016). *Oficina regional para Latinoamérica de la Organización Mundial de Comercio Justo*. Recuperado el 2018 de Abril de 2016, de <http://wfto-la.org/comercio-justo/wfto/10-principios-comercio-justo/>
- World Fair Trade Organization. (2016). *World Fair Trade Organization*. Recuperado el 21 de Abril de 2018, de <http://wfto-la.org/comercio-justo/ques/>
- Chiapas, G. de. (2012). Summary for Policymakers. In Intergovernmental Panel on Climate Change (Ed.), *Climate Change 2013 - The Physical Science Basis* (pp. 1–30). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Española, R. A. (2005). Estados Unidos. *Diccionario Panhispánico de Dudas*.
- Estadística, N. De. (2012). Las artesanías en la Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México ( ENCCUM ).
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado Carlos, & Baptista-Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación 4a Ed. - Los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación científica. Metodología de la investigación*. <https://doi.org/10.6018/turismo.36.231041>
- Historia, B., Giro, D. E. L., Mercado, E. D. E., Ubicación, I., Auxiliares, Y. S., Operación, C. D. E., ... Impuestos, M. C. E. (n.d.). Comercialización Y Exportación De Mercancías.
- Nacional, B., Exterior, D. C., Gonzalo, L. I. C., & Ortiz, M. (n.d.). Desarrollo regional , exportaciones y fomento artesanal El desarrollo económico regional como base para el fomento y diversificación de las exportaciones.
- Sales Heredia, F. J. (2013). *Las artesanías en México. Situación actual y retos*.

## ANEXOS ALFARERIA Y CERAMICA



Anexo A Alfarería Bruñida



Anexo D Barro Policromado



Anexo B Barro Alisado



Anexo E cerámica de Alta Temperatura



Anexo C Barro Vidriado



Anexo F Barro Negativo





**Anexo G Capuleado y Puntillado**

## ANEXOS FIBRAS VEGETALES



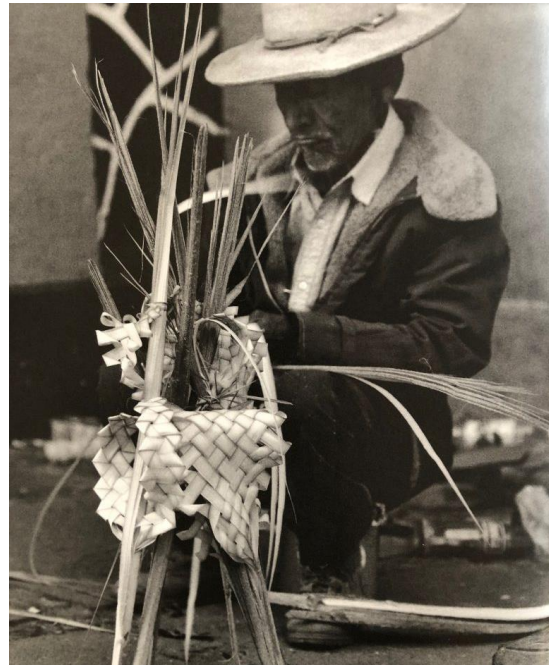
Anexo H Tule



Anexo K Carrizo



Anexo I Chuspata



Anexo L Palma



Anexo J Ixtle



Anexo M Hoja de Maíz

## ANEXOS JUGUETERIA



Anexo N Juguetería

## ANEXOS METALISTERIA Y ORFEBRERIA



Anexo O Herrería



Anexo P Metalistería

## ANEXOS LAUDERIA



Anexo Q Guitarra

## ANEXOS MADERA



Anexo R Madera Tallada



Anexo T Madera Torneada



Anexo S Norma Artesana



Anexo U Mascaras de Madera

## ANEXOS MAQUE Y LACA



Anexo V Maque



Anexo W Laca

## ANEXOS TEXTIL



Anexo X Textil Punto de Cruz

## **ANEXOS VIDRIERIA**



**Anexo Y Esferas**

## **ANEXOS LAUDERIA**



**Anexo Z zapato de Piel**

## **ANEXOS LAPIDERIA Y CANTERIA**



**Anexo AA Lapidaria y Cantería**

**Anexo BB Embalaje**