

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Viabilidad de exportación de mesas de cómputo al triángulo del norte

Autor: Alma Iveth Sandoval Ochoa

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

**Nombre del asesor:
Carlos Morales Troncoso**

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

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

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





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL

" VIABILIDAD DE EXPORTACIÓN DE MESAS DE CÓMPUTO AL TRIÁNGULO DEL NORTE "



Que Para Obtener el Título de:
LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

Presenta:

Alma Iveth Sandoval Ochoa

Asesor:

Carlos Morales Troncoso

No. Acuerdo: 952003 Clave: 16PSU0011T



Morelia, Mich.

Marzo de 2001

VIABILIDAD DE EXPORTACIÓN
DE
MESAS DE CÓMPUTO
AL
TRIANGULO DEL NORTE



AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a Dios por colmarme siempre de bendiciones y por haber puesto en mi vida a todas las personas quienes la han llenado de amor.

A ti mamá: por tus desvelos y sacrificios, gracias por guiarme y alentarme en cada paso de mi vida y ser mi ejemplo.

A ti papá: por tu esfuerzo por brindarme siempre lo mejor, por tu confianza y por ser mi respaldo en todo momento.

A mis hermanas: Paty y Anell por su compañía, sus consejos y su entusiasmo para hacer mejores todos los momentos.

A Daniel: por estar a mi lado en todo este camino de principio a fin, por darme la fuerza y la esperanza para salir adelante, pero sobre todo gracias por este inmenso amor.

A mis maestros: por su paciencia y por plasmar en mí sus conocimientos.

A la Ing. Mayra Banderas: por apoyarme e impulsarme para ser una profesionalista capaz.

“La libertad es la base de la dignidad humana y garantía de su desarrollo, porque La Libertad es condición para la paz”.

Juan Pablo II

INDICE

INTRODUCCIÓN

JUSTIFICACION

1. RESUMEN EJECUTIVO

2. LA EMPRESA

- 2.1 Antecedentes de la Empresa
- 2.2 Misión
- 2.3 Visión
- 2.4 Objetivos
- 2.5 Portafolio de Negocios
- 2.6 Estructura Legal de la Empresa
- 2.7 Organización Actual
- 2.8 Posiciones Clave Vacantes
- 2.9 Fortalezas y Debilidades
 - 2.9.1 Matriz de Evaluación
 - 2.9.2 Justificación

3. EL MERCADO

- 3.1 Descripción del Producto a Exportar
- 3.2 Definición del Problema
- 3.3 Tipo de Estudio
- 3.4 Objetivo del Estudio
- 3.5 Delimitación del Área Geográfica de Estudio
- 3.6 Aspectos Cualitativos del Mercado
 - 3.6.1 Actividades de la Consejería Comercial en Guatemala
 - 3.6.2 El Banco Mundial en Guatemala
- 3.7 Atractivos del Mercado
- 3.8 Indicadores Económicos y Relación Comercial México - C.A.3
- 3.9 Segmentación del Mercado
- 3.10 Estrategias de Marketing

4. ASPECTOS TECNICOS

- 4.1 Descripción Técnica del Producto
 - 4.1.1 Descripción de PanelArt
 - 4.1.2 Datos Técnicos
 - 4.1.3 Usos
- 4.2 Descripción del Proceso de Fabricación

- 4.3 Control y Aseguramiento de Calidad
 - 4.3.1 Materia prima e Insumos
 - 4.3.2 Inventarios
 - 4.3.3 Proceso Productivo
 - 4.3.4 Recursos Humanos
- 4.4 Lay Out
- 4.5 Propuesta de Inversión
- 4.6 Necesidades de Recursos Humanos
- 4.7 Ubicación Física de Planta.

5. ASPECTOS OPERATIVOS

- 5.1 Prácticas Comerciales Internacionales
 - 5.1.1 Regulaciones Comerciales
 - 5.1.2 Documentación Requerida
- 5.2 Clasificación Arancelaria
- 5.3 Términos de Negociación Internacional
- 5.4 Formas de Pago
- 5.5 Logística
- 5.6 Seguros
- 5.7 Contrato

ANEXOS

- Portafolio de Negocios
- Ubicación Geográfica
- Datos Técnicos
- Lay Out
- Contrato
- Estados Financieros

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCION

El llevar a cabo una exportación requiere el conocimiento del mercado destino deseado así como las cualidades y debilidades de nuestro producto.

Para saber detectar cada oportunidad que se nos presenta en cualquier mercado y así lograr ir acrecentando nuestra participación en el mismo y de igual forma detectar los riesgos que así mismo se presenten.

Por consiguiente es necesario desarrollar un plan de exportación tomando en cuenta las fortalezas y debilidades del producto que deseamos exportar, así como también detectar objetivamente la oportunidad que nos ofrece el mercado la cual nos sea la mas conveniente.

Además de realizar un estudio cuidadoso de nuestro mercado meta que en este caso es el denominado Triángulo del Norte comenzando por Guatemala el cual será nuestro enfoque.

Una vez realizado el proyecto de exportación, se llevará a la práctica, ya conociendo las ventajas y oportunidades así como las desventajas y los riesgos a los que nos vamos a enfrentar y así mismo contando con una guía clara y veraz que nos lleve a lograr el éxito en nuestra actividad exportadora.

JUSTIFICACIÓN

El contenido de esta investigación es de gran importancia para el desarrollo y crecimiento de la empresa, fábrica de muebles de oficina, mediante una herramienta de planeación sólida, indispensable para el éxito de las actividades; y para ello se requiere de una guía estratégica que facilite la exportación a través de la cual el Sr. Empresario de Nip's podrá:

- Conocer de manera definida las fortalezas y debilidades de su empresa
- Conocer adecuadamente las ventajas competitivas de sus productos a exportar
- Evaluar claramente la oportunidad que le ofrece el mercado de Guatemala
- Conocer las posibilidades financieras de la empresa en cuanto en cuanto a solventar los gastos que representa esta negociación.

Con la elaboración de este proyecto se pretende reducir los riesgos que conlleva una exportación.

CAPÍTULO 1



RESUMEN EJECUTIVO

1. RESUMEN EJECUTIVO

FABRIMUEBLES NIP'S S.A. de C.V. es una industria familiar joven, respaldada por una amplia experiencia de 30 años en la comercialización de muebles y equipos de oficina. Su actividad preponderante es la fabricación de mobiliario en madera aglomerada con acabado melamínico o panelart para oficinas, escuelas y el hogar. Constituida en la ciudad de Morelia, Michoacán, México en enero de 1997; con una inversión inicial de \$200,000.00. Con la misión de: " Fabricar el mueble adecuado a las necesidades de nuestros clientes, logrando así nuestra plena satisfacción, sintiéndonos orgullosos del nuestro trabajo cotidiano y del equipo de trabajo que formamos ".

En el año de 1999, las ventas de la empresa alcanzaron los \$3,129,810.00. Todo ello en el mercado nacional. Sus principales clientes se ubican, en los Estados de Jalisco, Guerrero, Michoacán, Puebla, Querétaro y Yucatán.

La estructura orgánica se compone de cinco áreas. Las cuales son: Compras, Producción, Ventas, Contabilidad y Administración General.

Este proyecto de exportación tiene como finalidad, determinar su viabilidad y rentabilidad, originadas en el conocimiento de las posibilidades de expansión de la empresa y la demanda en el mercado destino; para ello se ha seleccionado la línea de las mesas de cómputo o working centers (fabricadas en madera aglomerada melamínica o panelart de una o dos caras de 19mm de grosor. Cubre cantos de P.V.C. pegados en base a calor que fluctúa entre 180° - 200° C. Correderas de extensión, herrajes y tornillería de importación.) dirigidas al mercado Centroamericano, específicamente a los países que conforman el denominado Triángulo del Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras); iniciando operaciones en la ciudad de Guatemala, Guatemala.

Un aspecto fundamental e imprescindible en la toma de decisiones es sin duda el análisis financiero. Ya que permite visualizar los requerimientos y alcances económicos del proyecto. Sin embargo para dar inicio a éste proyecto de exportación, la inversión inicial y futura quedará sujeta a los resultados obtenidos en la investigación de campo en el mercado meta, ya que es un mercado de demanda creciente.

La inversión inicial tendría dos fuentes:

- Recursos propios
- Acceso a financiamiento con Instituciones o Banca de Desarrollo tales como; Bancomext, FIRA, NAFIN, etc. (Y que en la actualidad por la situación económica del país permite el acceso a recursos con costo financiero cada vez más aceptable. En este momento se considera en el orden del 16% anual y por períodos de hasta 10 años).

Las ventajas que ofrece el mercado guatemalteco son:

- La cercanía geográfica con México,
- Mercado de amplia aceptación a productos mexicanos,
- El idioma español (oficial) en esta área,
- Culturas relativamente similares,
- El tratado comercial suscrito entre México y los países del C.A. - 3, originando su apertura comercial, bajos aranceles y casi inexistencia de controles a la importación en la distribución y comercialización de bienes y servicios.
- Medios de transportación terrestre, marítima y aérea aceptables, y
- Condiciones cambiarias, mercantiles, contractuales y medios de pago comúnmente aceptados a nivel internacional.

El producto se encuentra clasificado en el capítulo 94, partida 03 del Sistema Armonizado. Las ventajas competitivas de nuestra línea de mesas de cómputo susceptibles de exportación se fundamentan en los aspectos siguientes:

- Estar fabricadas con un material estructural con acabado integrado,
- Excelente apariencia a un costo considerablemente económico,

- Resistencia al desgaste, a la temperatura, a impactos, a diversos agentes químicos y durabilidad.
- No requerir recubrimientos adicionales y un mínimo mantenimiento, y
- Cumplimiento a la Norma A.L.A. (American Laminators Association)

La demanda del producto ha comenzado a ser significativa desde hace cuatro años. Las empresas pioneras son representantes de grandes industrias extranjeras estadounidenses e italianas principalmente, con excelente calidad en sus productos, y por consiguiente, precios poco accesibles al público en general. Actualmente la industria doméstica, ofrece productos con calidad inferior al producto extranjero, debido a su corta experiencia en el ramo y baja tecnología.

Se puede decir que existe un posicionamiento de los productos extranjeros en el segmento de mercado de capacidad económica alta. En cambio la industria mueblera doméstica se encuentra posicionada en el segmento de capacidad económica medio y bajo. En el segmento restante (media/alta) no existe un posicionamiento real, ya que no hay un producto que satisfaga sus necesidades, por lo que la línea de mesas de cómputo ofertadas por la empresa pueden posicionarse en base a calidad y precios competitivos para satisfacer dicha demanda.

Para llevar a cabo la estrategia de marketing, se concertará a la Consejería de Bancomext en Guatemala la cual ha venido apoyando a empresas mexicanas con capacidad exportadora para entrar al mercado guatemalteco, promoviendo sus productos entre distribuidores/mayoristas. Elaborando programas de trabajo en aquellos casos en los cuales se ha detectado legítimo interés de los compradores.

Esta estrategia se basará en los siguientes aspectos:

- Promoción de Ventas:*
- Dar a conocer la empresa en instituciones de promoción comercial.
 - Participación en ferias y exposiciones.
 - Concertar citas con distribuidores mayoristas para dar a conocer el mobiliario y buscar la oportunidad de establecer relaciones comerciales.
- Slogan Publicitario:*
- " Calidad... que sí puede comprar".
 - "Orgullosamente mexicanos".
 - "Fabricamos pensando en usted... ¡ como anillo al dedo!.
- Apoyos publicitarios:*
- Catálogo de productos.
 - Página web.

Las ventas y utilidades estimadas se presentan a continuación:

ESTADO DE RESULTADOS

| CONCEPTOS | HISTORICO | | | | PROYECTADO | |
|--------------------------|----------------|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|
| | DIC 97 | DIC 98 | DIC 99 | JUN 00 | Dic-01 | Dic-02 |
| VENTAS NETAS | \$2,455,011.00 | 2,912,013.00 | 3,129,810.00 | 2,480,886.00 | \$4,769,799.00 | 5,055,987.00 |
| COSTO DE VENTAS | \$1,725,130.00 | 2,167,700.00 | 2,652,102.00 | 1,867,367.00 | \$3,639,342.00 | 4,003,277.00 |
| MATERIA PRIMA | \$1,402,312.00 | 1,814,221.00 | 2,249,873.00 | 1,657,367.00 | \$3,211,000.00 | 3,656,684.00 |
| MANO DE OBRA | \$195,998.00 | 209,105.00 | 231,012.00 | 110,899.00 | \$239,120.00 | 245,142.00 |
| GASTOS DEFABRICACIÓN | \$126,820.00 | 144,374.00 | 171,217.00 | 99,103.00 | \$189,222.00 | 192,451.00 |
| DEPRECIACION | \$46,022.00 | 52,578.00 | 105,043.00 | 51,305.00 | \$107,219.00 | 111,389.00 |
| UTILIDAD BRUTA | \$683,859.00 | 691,765.00 | 372,665.00 | 562,214.00 | \$1,023,238.00 | 941,321.00 |
| GASTOS DE ADMO.Y VTAS. | \$481,001.00 | 519,878.00 | 691,789.00 | 326,502.00 | \$694,583.00 | 710,076.00 |
| GASTOS DE ADMINISTRACION | \$118,111.00 | 129,987.00 | 192,687.00 | 91,501.00 | \$199,205.00 | 201,165.00 |
| GASTOS DE VENTA | \$362,890.00 | 389,891.00 | 499,102.00 | 235,001.00 | \$495,378.00 | 508,911.00 |
| UTILIDAD DE OPERACION | \$202,858.00 | 171,887.00 | -319,124.00 | 235,712.00 | \$328,655.00 | 231,245.00 |
| GASTOS FINANCIEROS | \$5,102.00 | 8,240.00 | 6,950.00 | 9,105.00 | \$7,164.00 | 6,799.00 |
| OTROS GTOS.Y PRODUCTOS | \$8,156.00 | 11,746.00 | 45,400.00 | 6,702.00 | \$8,655.00 | 9,227.00 |
| UTILIDAD NETA | \$189,600.00 | 154,901.00 | -330,614.00 | 219,905.00 | \$312,825.00 | 215,219.00 |

CAPÍTULO 2



LA EMPRESA

2. LA EMPRESA

2.1 Antecedentes de la Empresa.

Ante la necesidad de obtener los insumos adecuados y proveídos sin contratiempos que impidan servir a sus clientes la empresa de la Sra. Graciela Pacheco Muñoz comercializadora de muebles de oficina, toma la decisión en el mes de Abril de 1993; de ser su propio fabricante respaldada por una amplia experiencia en el ámbito de los negocios.

Como primera acción; se realiza la contratación en la ciudad de Guadalajara Jalisco, de siete personas (maestros) que fueron trasladados con sus familias a esta ciudad de Morelia Michoacán por un plazo de un año, con amplios conocimientos en la fabricación de mobiliario de oficina en aglomerado melamínico o panelart, a fin de transmitir sus conocimientos a obreros michoacanos creando una fuente de trabajo en esta plaza.

Una vez cubierta la etapa inicial de aprendizaje, en Septiembre de 1997; se constituye la sociedad anónima de capital variable denominada FABRIMUEBLES NIP'S S.A de C.V. con el objeto de ampliar su cobertura comercial nacional.

Aunado a la demanda nacional y en función de los modelos ofertados la empresa constituye una alianza comercial para complementar sus líneas de mobiliario con la Arq. Rosalba Ramírez Calderón, dedicada al cortado, doblado y soldado de tubos de metal, y tapicería en general; fases indispensables en la fabricación de muebles sillas y sillones para oficina.

Actualmente, la empresa maneja un total de 4 líneas de mobiliario de oficina y escolar, para el mercado nacional en los Entidades Federativas de Jalisco, Guerrero, Michoacán, Querétaro, Puebla, Yucatán.

La fábrica opera con una fuerza laboral de 10 obreros, 2 supervisores, 2 choferes y 4 administrativos.

2.2 Misión.

" Fabricar el mueble adecuado a las necesidades de nuestros clientes, logrando así su plena satisfacción, sintiéndonos orgullosos de nuestro trabajo cotidiano y del equipo de trabajo que formamos ".

2.3 Visión.

Ser una empresa con una excelente administración de recursos humanos, materiales y financieros, que través de su labor ofrezca artículos que se adecuen a las necesidades de diferentes nichos de mercado actuales, promoviendo en lo futuro la comercialización de nuestros productos en otros países y generando nuevos negocios, así como importantes fuentes de empleo para Michoacán y Morelia en particular.

2.4 Objetivos.

- Ser una empresa reconocida por su calidad y servicio.
- Lograr la plena aceptación de nuestros productos.
- Ofrecer productos competitivos a escala nacional e internacional.
- Ampliación de nuestro mercado.

2.5 Portafolio de Negocios.

La empresa cuenta actualmente con las siguientes líneas de productos¹:

| No. líneas | CONCEPTO |
|------------|-----------------------|
| Una | Mesas de Cómputo |
| Tres | Mobiliario de Oficina |
| Una | Mobiliario Escolar |
| Dos | Sillas y Sillones |

¹ Ver catálogo de productos en anexos

2.5.1 Mesas de Cómputo.

Su fabricación comenzó hace dos años, como resultado de la creciente demanda de mercado de mobiliario para equipos de cómputo. Esta línea es fabricada en madera aglomerada con terminado melamínico o panelart.

La línea de muebles de cómputo o centros de trabajo actualmente cuenta con 10 diseños o modelos diferentes y se fabrican en 8 colores (Rexel).

2.5.2 Mobiliario de Oficina.

Dentro de la línea de Mobiliario de Oficina, se cuenta a la fecha con las denominadas “*Morelia*”, “*Janitzio*” y “*Modular*”, de las cuales el diseño original de las dos primeras, ya existían en el mercado con anterioridad a la constitución de la Empresa. En la tercera línea se han originado diseños propios lo que ha facilitado la introducción al mercado mobiliario.

Línea Morelia (modernista o grapa)

Como característica principal de esta línea su fabricación es con aglomerado melamínico engrosado a 28mm.

Por lo anterior el producto resultante es muy bien aceptado en el mercado por su funcionalidad y resistencia; actualmente se cuenta con 33 diseños los cuales se fabrican en 8 colores o la combinación de los mismos.

Línea Janitzio (tradicional)

Se caracteriza por contar con patas de tubular cuadrado de 1” y de calibre 18, cromadas o pintadas a base de pintura en polvo o epóxica de color negro mate; que se hornea a 180° – 200° C. Las cajoneras y los laterales son fabricados en panelart de 16mm y la cubierta engrosada a 28 mm.

Esta línea se fabrica en 40 modelos diferentes en 8 colores.

Línea modular o peninsular (punta de bala / gota de agua)

Fabricada en su totalidad en paneles de 28mm. En los cantos se emplea cinta moldura T ("T" moulding); se tienen 20 modelos diferentes en 8 colores.

2.5.3 Mobiliario Escolar.

Se fabrica con estructura tubular redonda de 1" calibre 18, pintada con polvo epóxico horneado a 180° – 200° C; su asiento y respaldo fabricado en madera de pino de ¾ con terminado ergonómico. La madera se cubre con tres manos de barniz brillante aplicada previamente al sello o tapaporo.

Cuenta con 14 diseños, entre los cuales se encuentran: sillas y mesas para kinder, butacas con y sin parrilla, pizarrones, pintarrones, sillas para maestro y mesas binarias.

2.5.4 Sillas y Sillones.

Como complemento de las líneas de mobiliario, esta línea cuenta con 4 diseños de silla secretarial, 4 de silla cajera o alta, 5 de sillón gerencial. Se tapizan ya sea en tela, vinil o flexipiel. La estructura puede ser en madera de encino o tubular con patas cromadas o negras. Los asientos y respaldos son fabricados en triplay de 9mm (tres capas de triplay de 3mm unidas con resistol 2000).

Los clientes de FABRIMUEBLES NIP'S, se encuentran ubicados; como anteriormente se hizo mención, en diferentes estados de la República Mexicana siendo los más importantes:

| NOMBRE | UBICACIÓN |
|--|---------------------------|
| Multicintas D' Niebla, S.A. de C.V. | Morelia, Michoacán. |
| Gobierno del Estado de Michoacán. | Morelia, Michoacán. |
| SEDAGRO | Morelia, Michoacán. |
| Desarrollo Inmobiliario Educativo de Morelia, S.A. | Morelia, Michoacán. |
| Telecable de Occidente, S.A. | Morelia, Michoacán. |
| Cía. Periodística del Sol de Michoacán S.A. | Morelia, Michoacán. |
| Municipio de Huetamo | Huetamo , Michoacán |
| Municipio de Carácuaro | Carácuaro, Michoacán. |
| Presidencia Mpal. De Lázaro Cárdenas | Cd. Laz. Cárdenas, Mich. |
| Office Center de México, S.A. de C.V. | Morelia, Michoacán. |
| Jorge Guillermo Meza Herédia | Puebla, Puebla. |
| César de la Torre | Querétaro, Querétaro. |
| Ofiglobal, S.A. de C.V. | Guadalajara, Jalisco. |
| José Luis Pérez Galván | Tepalcatepec, Michoacán. |
| Super Papelera Conti, S.A. de C.V. | Morelia, Michoacán. |
| Consejo Coordinador Empresarial | Morelia, Michoacán. |
| Delgado y Cía. S.A. de C.V. | Mérida, Yucatán. |
| COPARMEX | Morelia, Michoacán. |
| Renato Jaramillo Borja | Cd. Altamirano, Guerrero. |

2.5.5 Clasificación de Productos por Impacto Comercial.

La clasificación de productos que se muestra a continuación, es basada en relación a las ventas que cada uno tiene. De aquí se desprende la búsqueda de mercados internacionales aquellos que presentan grandes oportunidades a ser exportados.

| LÍNEA | LUGAR VTAS. | DISEÑOS |
|-----------------|-------------|---|
| Mesa de Cómputo | 1 | Mesa comp. Modelo S109 Mesa comp. Modelo S261 Mesa comp. Modelo S309 |
| Janitzio | 2 | Escritorio secretarial 2 cajones 120x70x75 Escritorio ejecutivo 4 cajones 180x80x75 Archivero 3 gavetas |
| Morelia | 3 | Mesa multiusos 60x40x68 Archivero 3 gavetas 50x60x95 Archivero 2 gavetas 50x60x95 |
| Modular | 4 | Lateral/terminal c/ cajones 120x40x75 Escritorio punta de bala 160x75x75 Conector 120x40x75 |

Productos con alto crecimiento

| | | | |
|-----------------------------------|---|---|--------------------------------|
| Productos con elevada penetración | <p><u>Estrella</u></p> <p>Línea de mesas de cómputo</p> <p>Esc. Secretarial (Janitzio)</p> <p>Mesas multiusos (Morelia)</p> <p>Lateral/terminal (Modular)</p> | <p><u>Interrogante</u></p> <p>Archivero 3gav. (Janitzio)</p> <p>Archivero 2gav. (Morelia)</p> <p>Conector (Modular)</p> | Productos con baja penetración |
| | <p><u>Vaca</u></p> <p>Esc. Ejecutivo (Janitzio)</p> <p>Archivero 3gav. (Morelia)</p> <p>Esc. Punta bala (Modular)</p> | <p><u>Perro</u></p> <p>Diseños no clasificados dentro de los más vendidos.</p> | |

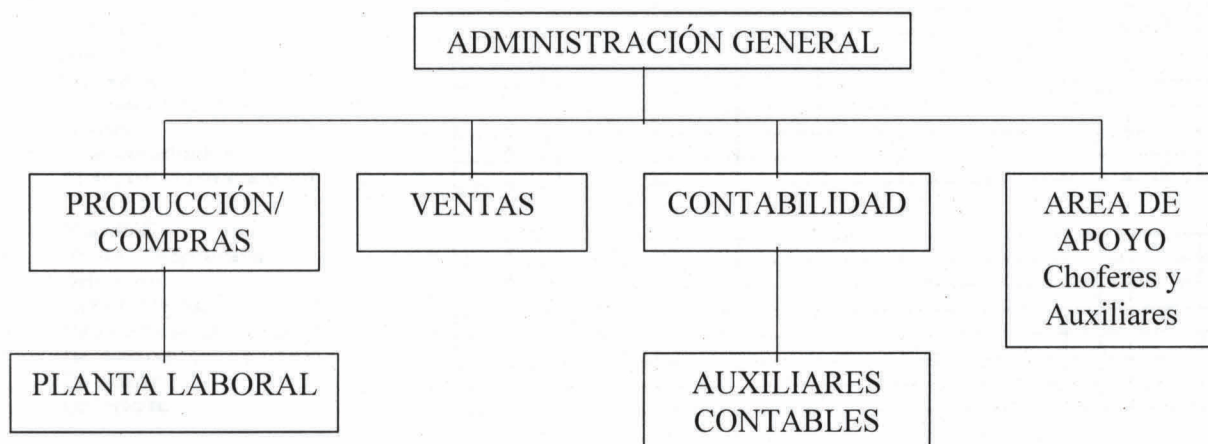
Productos con bajo crecimiento

2.6 Estructura Legal de la Empresa.

La empresa fue constituida como una sociedad anónima en Septiembre de 1997 con un Capital Social de \$ 200 mil.

| ACCIONISTAS | No. DE ACCIONES | IMPORTE |
|--------------------------------|-----------------|----------------|
| María Graciela Pacheco Muñoz | 110 | 110,000 |
| José Guadalupe Niebla Valencia | 90 | 90,000 |
| SUMAS | 200 | 200,000 |

2.7 Organización Actual.



2.8 Posiciones Clave Vacantes.

La empresa requiere de personal capacitado en el manejo de recursos humanos, investigación de mercados y desarrollo de nuevos proyectos para lograr los objetivos antes mencionados.

2.9 Fortalezas y Debilidades.

La importancia de la detección de las fortalezas y debilidades de la empresa permiten tomar las medidas necesarias para la corrección o reafirmación de los cursos de acción que se aplican. Para una mejor comprensión de este apartado se muestra en una matriz de evaluación, aquellos aspectos que se consideran importantes para la empresa, tales como: Mercadotecnia, Finanzas, Producción, Organización y Marco legal.

Considerando la importancia de los aspectos antes mencionados serán descritos los aspectos más importantes de las mismos.

2.9.1 Matriz de Evaluación.

AMBIENTE INTERNO

| DESEMPEÑO | | | | | IMPORTANCIA | | |
|------------------|--------------|--------|----------------------|--------------------------|-------------|-------|------|
| FUERZA PRINCIPAL | FUERZA MENOR | NEUTRA | VULNERABILIDAD MENOR | VULNERABILIDAD PRINCIPAL | ALTA | MEDIA | BAJA |

MKT

Buena ubicación geográfica
Participación en el mercado nacional
Prestigio de calidad
Prestigio de servicio
Distribución
Publicidad
Efectividad de promoción
Efectividad de fuerza de vtas.
Innovación
Amplia variedad de diseños
Amplia cobertura geográfica nacional

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|--|---|---|---|
| X | | | | | X | | |
| | X | | | | | X | |
| X | | | | | X | | |
| X | | | | | X | | |
| | X | | | | | X | |
| | | X | | | | | X |
| | | | X | | | X | |
| | X | | | | X | | |
| | X | | | | | X | |
| X | | | | | X | | |
| | | | X | | | X | |

FINANZAS

Cto./ disponibilidad de capital
Rentabilidad
Estabilidad financiera
Manejo de cuentas por cobrar y pagar
Cto. Distribución
Cto. Producción
Cto. Publicidad

| | | | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|--|---|
| X | | | | | X | | |
| X | | | | | X | | |
| X | | | | | X | | |
| X | | | | | X | | |
| | X | | | | X | | |
| X | | | | | X | | |
| | | | X | | | | X |

PRODUCCION

Instalaciones
Economías a escala
Proceso productivo
Capacidad de producción

| | | | | | | | |
|---|--|--|---|--|---|--|--|
| X | | | | | X | | |
| X | | | | | X | | |
| | | | X | | X | | |
| | | | X | | X | | |

ORGANIZACIÓN

Ambiente laboral
Personal
Manuales de organización, procedimientos y producción
Establecimiento y entendimiento de obj.
Flexibilidad y capacidad de respuesta
Orientación empresarial
Comunicación
Delimitación de responsabilidades

| | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|--|--|
| | X | | | | X | | |
| | X | | | | X | | |
| | | | | X | X | | |
| | | | X | | X | | |
| | X | | X | | X | | |
| | | X | | | X | | |
| | | | X | | X | | |
| | | | | X | X | | |

MARCO LEGAL

Ley de Sociedades Mercantiles
Código Fiscal de la Federación
Respaldo de propiedad mobiliaria
Respaldo de propiedad inmobiliaria
Respaldo de propiedad de insumos
Propiedad intelectual
Contratos y convenios
Equilibrio ecológico y protección al ambiente
Otros registros

| | | | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|---|--|
| | X | | | | X | | |
| | X | | | | X | | |
| X | | | | | | X | |
| | | | X | | | X | |
| X | | | X | | X | | |
| | | | | X | X | | |
| | X | | | | | X | |

2.9.2 Justificación.

La empresa se encuentra en una excelente ubicación geográfica, ya que dentro de un radio de 320 millas, se encuentran las principales ciudades del país y centros estratégicos de distribución y comercialización de las zonas del bajío, centro, sur y occidente del país. Esto permite una relación directa con proveedores y clientes, evitando el costo de los intermediarios.

Contar con una flotilla de mudanzas propiedad de la empresa, permite la disminución de los costos de distribución, así como una entrega justo a tiempo a los Estados en los que actualmente comercializa la empresa, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Puebla, Querétaro y Yucatán. En el próximo semestre Distrito Federal, Tlaxcala, Veracruz y Morelos; teniendo la seguridad de que el producto llegará en perfectas condiciones ya que el personal conoce el manejo y cuidado de los mismos, manteniendo así el prestigio de la calidad y servicio de la empresa.

Los variados diseños tanto de mobiliario como de sillas y sillones, permiten una mejor respuesta a las necesidades de los clientes y una ventaja clara sobre la competencia. Sin embargo éstos aumentan el costo de producción por las diversas modificaciones en diseños y medidas, ya que aún se cuenta con un sistema “artesanal” en lo que corresponde al ensamble del mobiliario. La alta rotación de personal impide la especialización del trabajador en el área en que se desempeña.

La amplia experiencia con que cuenta el administrador de la empresa, así como su preocupación por la superación y el buen manejo de la misma hacen de ésta una empresa de finanzas sanas, siempre preocupada por este rubro.

El ambiente laboral es agradable y existe el interés sobre los trabajadores por parte de la Administración; sin embargo es necesario actualizar los manuales de organización y procedimientos que delimiten las líneas de autoridad y responsabilidades logrando con ello un mejor control y optimización de los recursos humanos, tecnológicos y financieros.

Con respecto a la distribución hay que señalar que a pesar de estar representados por varios distribuidores en algunos Estados de la República, aún hace falta una mejor segmentación de mercado e identificación de demanda para mejorar la efectividad en la producción, promoción y fuerza de ventas que permitan una cobertura y penetración más efectiva en el mercado nacional y como preámbulo y preparación para lanzarse a los mercados internacionales.

CAPÍTULO 3



EL MERCADO

3. EL MERCADO

3.1 Descripción del Producto a Exportar.

Mesas de cómputo o working center fabricados en madera aglomerada melamínica o PanelArt, de una o dos caras de 19 mm de grosor, cubre cantos de P.V.C. pegados en base a calor que fluctúa entre 180° – 200° C, corredoras de extensión, herrajes, tornillería y sistemas de fijación (mini-fix) de importación (E.U.A.). Folleto explicativo para su armado (make yourself) y embalado en cajas de cartón corrugado de diferentes medidas conforme al diseño de la mesa.

3.2 Definición del Problema.

El problema en el cual incurre el presente proyecto es, la falta de información recopilada en el mercado meta, necesaria para la toma de decisiones adecuadas con relación a los productos a exportar, originando la imperiosa necesidad de realizar una visita de estudio de mercado con anterioridad a la fecha de inicio del proyecto constatando el grado de factibilidad del mismo.

3.3 Tipo de Estudio.

Dada la situación antes mencionada, el estudio realizado ha sido de tipo Exploratorio - Deductivo.

3.4 Objetivo del Estudio.

- Conocer el mercado destino.
- Conocer las ventajas que presenta el producto, así como la relación producto - mercado.
- Determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.
- Conocer las posibilidades de expansión de la empresa y por consiguiente del producto.

3.5 Delimitación del Área Geográfica del Estudio.

La exportación se desea realizar al denominado Triángulo del Norte, conformado por Guatemala, El Salvador y Honduras². Se hará mención de algunos aspectos relevantes de dichos países así como su relación comercial con México. Sin embargo, Guatemala será el primer país en el cual se incursionará con el producto, por tanto el resto de nuestro estudio se concentra principalmente en él.

| CONCEPTO | IMPORTADORES | | | EXPORTADOR |
|---|-----------------|-----------------|----------------------|------------------|
| | EL SALVADOR | HONDURAS | GUATEMALA | MEXICO |
| <i>Extensión territorial (Km²)</i> | 21,040 | 112,090 | 108,890 | 1,972,550 |
| <i>Colindancias</i> | | | | |
| <i>Norte</i> | Honduras | Mar caribe | México | E.U.A. |
| <i>Sur</i> | Océano Pacífico | Océano Pacífico | Océano Pacífico | Guatemala/Belice |
| <i>Este</i> | Honduras | Nicaragua | Honduras/El Salvador | Golfo de México |
| <i>Oeste</i> | Guatemala | Guatemala | México | Océano Pacífico |
| <i>Principales ciudades</i> | | | | |
| | San Salvador | Tegucigalpa | Guatemala | Ciudad de México |
| | San Miguel | San Pedro | Quetzaltenango | Guadalajara |
| | Santa Ana | La Ceiba | Mazatenango | Monterrey |
| <i>Población (mill. hab.)</i> | 6,147 | 6,032 | 12,007 | 98,552 |
| <i>Densidad poblacional (miles hab.)</i> | 274 | 50 | 98 | 48 |
| <i>Estructura de edades (% población)</i> | | | | |
| <i>0-14</i> | 43.3 | 36.8 | 43 | 36 |
| <i>15-64</i> | 53.3 | 58.5 | 54 | 60 |
| <i>65+</i> | 3.2 | 4.7 | 3 | 4 |
| <i>Población urbana (%)</i> | 45.1 | 43.9 | 41.5 | 75.3 |
| <i>Población rural (%)</i> | 54.9 | 56.1 | 58.5 | 24.7 |

Fuente: International Factbook

3.6 Aspectos Cualitativos del Mercado.

Los factores tomados en cuenta para la selección de este mercado son: la cercanía geográfica con México, el tratado comercial suscrito entre México y los países del C.A. - 3, culturas relativamente similares y un mercado de amplia aceptación a productos mexicanos.

² Ver ubicación geográfica en anexos.

3.6.1 Actividades de la Consejería Comercial en Guatemala.

La Consejería Comercial en Guatemala tiene identificados sectores en los países de este bloque, en donde centra sus actividades de:

- *Inteligencia Comercial.*- identificación de oportunidades comerciales, elaboración de estrategias para el acceso a los mercados, distribución, comercialización y permanencia de productos y servicios mexicanos.
- *Servicios al Exterior.*- información, asesoría y promoción de negocios.
- *Promoción del financiamiento.*- líneas de crédito comprador.
- *Promoción a la Inversión Mexicana.*- alianzas estratégicas, inversión, coinversión y participación de licitaciones internacionales.
- *Eventos Internacionales.*- ferias, exposiciones y misiones de compradores.

3.6.2 El Banco Mundial en Guatemala

De las naciones en Centroamérica, Guatemala es la más importante por su territorio. Contiene una tercera parte de la población de la región. Su ciudad capital es el centro urbano más grande de Centroamérica; con más de 2 millones de habitantes. Su economía es predominantemente agrícola, y más de la mitad de la población activa se dedica a la agricultura, silvicultura y pesca.

El Banco Mundial ha realizado operaciones en Guatemala desde 1955. Actualmente tiene nueve proyectos en ejecución en ese país, por un valor total de US\$230,400.00 millones. Los cuales están destinados al alivio de la pobreza, el desarrollo de recursos humanos y la continua modernización y crecimiento del Estado.

El *programa de modernización* del sector público tiene como objetivo mejorar radicalmente la prestación de servicios públicos, recaudación de ingresos públicos y la eficacia de algunos organismos oficiales clave, a través de los seis sectores principales de la gestión financiera pública: presupuestación, contabilidad, gestión de caja, gestión de deuda, auditoría y adquisiciones.

Otro proyecto de suma importancia es el de *reforma a la educación básica*, en el cual se promueven la especial atención en zonas rurales y educación bilingüe.

La *Corporación Financiera Internacional* en Guatemala (CFI), miembro del grupo del Banco Mundial, es la principal fuente multilateral de financiamiento en forma de capital social y

préstamos para proyectos del sector privado en los países en desarrollo. La CFI, tiene experiencia a escala mundial en privatización de entidades estatales y desempeñan un papel fundamental, al prestar ayuda a los posibles inversionistas privados, mientras vela por los intereses del país anfitrión.

3.7 Atractivos del Mercado.

- Complementariedad del aparato productivo y las escalas de negocios de la mayoría de las empresas de nuestro país (sobre todo medianas y pequeñas), con requerimientos de las empresas fabricantes y servicios de los países del C. A. - 3. En ciertos casos, la oferta exportable mexicana de bienes y servicios necesita desplazar a otros proveedores extranjeros o cambiar hábitos en la proveeduría de las empresas de los países.
- Competitividad y aceptación de los mercados cada vez mayor de los bienes y servicios mexicanos, con base en la variedad de la oferta, el precio, la calidad, el servicio post-venta y el financiamiento BANCOMEXT.
- Apertura comercial de los mercados, bajos aranceles y casi inexistencia de controles a la importación, distribución y comercialización de bienes y servicios. Desregulación de trámites de aduana, transparencia en los requisitos de etiquetado y en la aplicación de normas conforme estándares de internacionales (sanitarias, zoonosanitarias y fitosanitarias).
- Transportación terrestre, marítima y aérea aceptables, ya sea dirigida a un consignatario o como carga consolidada, incluso carga que requiere transportación especializada. Pueden los costos de estos servicios ser comparativamente altos, así como lento el tráfico principalmente al cruce de la frontera México y Guatemala, o en el recorrido por las carreteras centroamericanas.
- Exigencias de los importadores similares a los de cualquier país en cuanto a precio, servicios, soporte técnico y calidad de los bienes y servicios, incluido el sector público.
- Condiciones cambiarias, mercantiles, contractuales y medios de pago internacional comúnmente aceptados a nivel internacional.
- Reglas claras y simples al establecimiento de sucursales, agencias y filiales de empresas extranjeras en los países. En ciertos casos ésta pueden acogerse a los beneficios y exenciones fiscales que otorgan los regímenes de zonas de libre comercio, francas y recintos fiscales.

- Costos bajos por los conceptos de mercadeo y publicidad para la introducción de nuevos productos.
- Existencia de un tratado entre México y los países del C. A. - 3.

3.8 Indicadores Económicos y Relación Comercial México - C.A. 3.

Los países del C.A.-3 (Guatemala, El Salvador y Honduras), tienen una población estimada de 22.7 millones de habitantes (equivalente al 25.3 % de la de México), un PIB nominal acumulado de \$35,615 millones de dólares (equivalente al 8.5 % del PIB de México), un PIB per cápita real de \$3,682, \$2,610 y \$1,977 dólares respectivamente para cada país. A pesar de compartir el mismo idioma, cultura e historia, los diferentes tamaños y características en sus estructuras económicas se reflejan en sus indicadores macroeconómicos, la composición de sus tasas de crecimiento por actividad económica, así como su balanza comercial.

INDICADORES MACROECONOMICOS

| CONCEPTO | GUATEMALA | EL SALVADOR | HONDURAS |
|--|-------------|-------------|----------|
| | 1998 | | |
| Población (mill. Hab.) | 11.2 | 6 | 5.5 |
| PIB Nominal (USD millones) | 18,945 | 11,864 | 4,806 |
| PIB (tasa de crecimiento en %) | 4.7 | 3.4 | 3 |
| Inflación (%) | 7.5 | 4.2 | 15.7 |
| <i>Tasas de interés (%)</i> | | | |
| Pasiva | 11.2 | 10.7 | 16.8 |
| Activa | 18.8 | 15.1 | 31 |
| Exportaciones totales (USD millones) | 3,286 | 2,452.00 | 2,446.10 |
| Importaciones totales (USD millones) | 3,985.60 | 3,962 | 3,030.70 |
| Balanza Comercial (USD millones) | -699.5 | -1,510 | -584.6 |

FUENTE : Banco Central de los países

PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONOMICAS 1998
(% del PIB '98 y tasas de crecimiento)

| ACTIVIDAD | GUATEMALA | | EL SALVADOR | | HONDURAS | |
|--|-----------|-------|-------------|-------|----------|-------|
| | % | Tasas | % | Tasas | % | Tasas |
| Comercio, restaurantes y hoteles | 24.6 | 4.6 | 19.4 | 1.7 | 12.1 | 20.2 |
| Agricultura, silvicultura, caza y pesca | 23.3 | 2.9 | 12.9 | 0.2 | 20.3 | 1.9 |
| Industria manufacturera | 13.6 | 3.4 | 21.2 | 7 | 18.3 | 19.5 |
| Transportes, almacenaje y comunicaciones | 9.1 | 7.3 | 7.8 | 6.9 | 4.8 | 20.3 |
| Administración pública y defensa | 7.4 | 8.1 | 6.6 | 0.5 | 6.2 | 21.4 |
| Servicios comunales, sociales y personales | 5.7 | 3.9 | 6.5 | 3.6 | 10.1 | 21.1 |
| Bienes inmuebles y servicios a empresas | 5.2 | 5.7 | 7.9 | 2 | 10.1 | 24.8 |
| Propiedad de viviendas | 4.6 | 4.4 | 7.9 | 2 | 5.5 | 18.6 |
| Electricidad, gas y agua | 3.5 | 8.1 | 1.6 | 5.5 | 5.9 | 24.4 |
| Construcción | 2.4 | 16.6 | 4.3 | 3.7 | 4.9 | 33.3 |
| Explotación de minas y canteras | 0.6 | 21.4 | 0.5 | 5.5 | 1.8 | 23 |

FUENTE : Banco Central de los países

En cuanto al tipo de bienes importados por los países del C.A.-3 es notable que están inmersos en amplios procesos de transformación de los hábitos de consumo entre la población; de reconstrucción de infraestructura pública y privada. En los tres países se muestra un mayor acceso de los bienes de consumo duradero y no duradero, vía las rebajas de aranceles.

IMPORTACIÓN DE LOS PAISES DEL C.A. - 3 POR TIPO DE BIENES
(millones de dólares)

| TIPO DE BIEN | GUATEMALA | EL SALVADOR | HONDURAS |
|---|-----------|-------------|----------|
| <i>Total de importaciones</i> | 3,146.20 | 3,962.00 | 2,497.00 |
| Bienes de consumo | 877.9 | 931 | 621 |
| Materias primas y productos intermedios | 1,150.20 | 1,355 | 1,026.00 |
| Combustibles y lubricantes | 329.7 | n.d | 256 |
| Materiales de construcción | 94.8 | n.d | 87 |
| Bienes de capital | 690.6 | 826 | 683 |
| Diversos | 3 | 850 | 55 |

FUENTE : Banco Central de los países

Las exportaciones e importaciones de los países de la subregión se orientan principalmente hacia E.U.A., le siguen algunos países que forman parte del MCCA (Mercado Común Centro Americano), Alemania y Japón. México tiene un comercio poco significativo con Guatemala, El Salvador y Honduras, por lo que es claro que se están desaprovechando las oportunidades en los cuatro mercados, sin embargo, México figura como el segundo país más importante de origen de importaciones.

PRINCIPALES SOCIOS POR IMPORTACIONES 1998

| SOCIO | GUATEMALA | EL SALVADOR | HONDURAS |
|-------------|-----------|-------------|----------|
| | % | % | % |
| E.U.A | 41.4 | 51.2 | 59.7 |
| México | 10.6 | 7.9 | 4.4 |
| El Salvador | 6.6 | | 4.8 |
| Japón | 4.2 | 3.7 | 2.9 |
| Venezuela | 3.6 | | 1.1 |
| Costa Rica | 3.5 | 2.9 | 2.2 |
| Alemania | 2.8 | 2.3 | |
| Guatemala | | 8.8 | 6.5 |
| Honduras | | 2.2 | |
| Nicaragua | | 1.2 | |

FUENTE : Consejerías comerciales, Banco Central, Cámaras de comercio de los países

Entre 1994 y 1998 dentro del total del comercio exterior de México, el intercambio con los países del C.A.-3 pareció insignificante. Las exportaciones a estos países representaron en promedio cada año 0.7 % y las importaciones alrededor del 0.1 %.

No obstante, en el contexto del comercio exterior de México con Latinoamérica y el Caribe, las exportaciones a los países del C.A.-3 significaron en promedio anual 14.8 % y las importaciones 4.0 %. Existe la tendencia al aumento cada año de las exportaciones de México a la región, empero las importaciones en el período 94- 98 permanecieron casi estancadas. Las exportaciones por producto procedentes de nuestro país muestran una alta dispersión arancelaria; la participación de un elevado número de empresas medianas y pequeñas; volúmenes / valores reducidos por pedido pero elevada frecuencia de pedidos / embarques (cada dos o tres meses) en razón al tamaño de los mercados y la escasez de inventarios.

En cambio, los productos importados por México varían poco año con año dadas las limitaciones de la oferta exportable de dichos países, pero sobre todo por el desconocimiento que existe en cuanto a oportunidades del mercado mexicano.

INTERCAMBIO ENTRE MEXICO Y LOS PAISES DEL C.A. - 3
(miles de dólares)

| CONCEPTO | AÑO | | |
|--------------------|---------|---------|---------|
| | 1996 | 1997 | 1998 |
| <i>EXPORTACION</i> | 615,116 | 828,572 | 943,159 |
| Guatemala | 360,159 | 498,417 | 590,826 |
| El Salvador | 158,090 | 214,146 | 217,735 |
| Honduras | 96,867 | 116,009 | 134,598 |
| <i>IMPORTACIÓN</i> | 100,875 | 110,949 | 118,764 |
| Guatemala | 76,771 | 80,457 | 81,286 |
| El Salvador | 18,954 | 24,103 | 25,339 |
| Honduras | 5,150 | 6,389 | 12,139 |
| <i>SALDO</i> | 514,241 | 717,623 | 824,395 |
| Guatemala | 283,388 | 417,960 | 509,540 |
| El Salvador | 139,136 | 190,043 | 192,396 |
| Honduras | 91,717 | 109,620 | 122,459 |

FUENTE : INEGI, SHCP, Banco de México

El pasado 12 de Julio del presente año, fue desplegado a través de la agencia NOTIMEX, comunicado relativo a la reafirmación de promocionar el desarrollo de la frontera Guatemala - México, ya que el Gobernante electo, el pasado 2 de Julio, advirtió que su Gobierno tendrá como una de sus prioridades el desarrollo de las regiones reprimidas, incluyendo lo relativo a Chiapas, estado fronterizo con Guatemala. Fuentes diplomáticas informaron que en Agosto próximo llegará a Guatemala, una delegación de empresarios Mexicanos, para explorar las oportunidades de negocios, y definir las listas de los primeros productos que se intercambiarán

bajo el T.L.C.; la delegación incluirá empresarios del Estado de Chiapas, interesados en incursionar con sus productos y servicios en Guatemala, especialmente en la región fronteriza.

3.9 Segmentación del Mercado.

El mercado meta de las mesas de cómputo, así como de mobiliario de oficina; que pueden ser clasificadas dentro de él, es un mercado sumamente amplio, ya que su uso no se limita a un sector específico de la población. Este tipo de mobiliario puede adaptarse a las necesidades de cualquier tipo de cliente, tales como: oficinas, hogares, fábricas, gobierno, escuelas, etc., por tal motivo es considerado como un mercado de tendencia creciente, debido a la demanda y a la capacidad de adaptación que ofrece a sus compradores en lo relativo a precio y necesidades.

El mercado se encuentra segmentado en tres grupos de compradores de acuerdo a su capacidad económica. Así concluimos que los competidores directos se encontrarán clasificados de la misma manera.

El interés de FABRIMUEBLES NIP'S, S.A.. de C.V., se centra en los distribuidores mayoristas del país, sin embargo, a continuación se muestra una matriz empleada como criterio de segmentación para el usuario final de producto.

| Criterios de segmentación | Público en general |
|---|--|
| <p><i>Geográficos :</i></p> <p>Región : Ciudad : Tamaño de la ciudad : Desarrollo : Clima :</p> <p><i>Demográficos :</i></p> <p>Ingreso : Clase social: Ciclo de vida familiar :</p> <p><i>Psicológicos :</i></p> <p>Personalidad : Estilo de vida :</p> <p>Beneficios deseados:</p> | <p>América Central, Guatemala Cd. Guatemala y área metropolitana 1 millón de habitantes Urbano y suburbano Tropical</p> <p>Media - alta Indistinto</p> <p>Ambicioso, innovador Orientado a la superación, con actividades escolares o empresariales. Comodidad, durabilidad, fácil manejo</p> |

| Criterios de segmentación | Mercado Empresarial |
|---|--|
| <p><i>Geográficos :</i></p> <p>Región : Ciudad : Tamaño de la ciudad : Desarrollo : Clima :</p> <p><i>Tipo de empresa:</i> <i>Giro:</i> <i>Beneficios deseados:</i></p> | <p>América Central, Guatemala Cd. Guatemala y área metropolitana 1 millón de habitantes Urbano y suburbano Templado</p> <p>Pública y privada Indistinto Comodidad, durabilidad, fácil manejo, buen precio, margen de utilidad (mayoristas)</p> |

3.10 Estrategias de Marketing.

Para llevar a cabo la estrategia de marketing, se concertará a la Consejería de Bancomext en Guatemala la cual ha venido apoyando a empresas mexicanas con capacidad exportadora que desean entrar al mercado guatemalteco, promoviendo sus productos entre distribuidores/mayoristas; elaborando programas de trabajo en aquellos casos en los cuales se ha detectado un interés real de los compradores en los productos promovidos, a través de las misiones de empresarios mexicanos próximas a realizarse.

Esta estrategia se basará en los siguientes aspectos:

| | |
|---------------------------------|---|
| <i>Mercado meta:</i> | ➤ Ciudad capital y área metropolitana. |
| <i>Posicionamiento:</i> | ➤ Mobiliario de calidad, cómodo y durable para la oficina y el hogar. |
| <i>Línea de productos:</i> | ➤ Mesas de cómputo. |
| <i>Precio:</i> | ➤ Variable (de acuerdo al diseño seleccionado). |
| <i>Canales de distribución:</i> | ➤ Tiendas mayoristas. |
| <i>Promoción de Ventas:</i> | ➤ Dar a conocer la empresa en instituciones de promoción comercial. ➤ Participación en ferias y exposiciones. ➤ Concertar citas con distribuidores mayoristas para dar a conocer el mobiliario. |
| <i>Slogan Publicitario:</i> | ➤ " Calidad... que sí puede comprar". ➤ "Orgullosamente mexicanos". ➤ "Fabricamos pensando en usted... ¡ como anillo al dedo!". |
| <i>Apoyos publicitarios:</i> | ➤ Catálogo de productos. ➤ Página web. |

CAPÍTULO 4



ASPECTOS TECNICOS

4. ASPECTOS TECNICOS

4.1 Descripción Técnica del Producto.

Mesas de cómputo o centros de trabajo (working centers) en madera aglomerada melamínica o panelart de una o dos caras de 19mm de grosor. Cubre cantos de P.V.C. pegados en base a calor que fluctúa entre 180° - 200° C. Correderas de extensión, herrajes y tornillería de importación. Incluye folleto explicativo para su armado (make yourself). Embalaje de cartón corrugado.

Mesa de cómputo Modelo S109

| | |
|--------------|---|
| Modelo | S109 |
| Medidas | 600x470x1300mm |
| Material | Panel aglomerado recubierto de película melamínica (panelart) de 19mm de grosor con acabado en ambas caras. |
| Cortes | Realizados con sierra escuadradora de doble disco (insisor interno y disco de corte). |
| Cubre cantos | A base de chapacinta de P.V.C. y moldura "T" de 0.70mm grosor. |
| Ensamblajes | A base de pija pavonada ranura abierta con cabeza " Phillips " de alta producción de 4x40mm. Escuadras metálicas de 3" de lámina cal.14 atornillada con tornillo " Gripper " de 6x5/8. |
| Descripción | Mesa para oficina o uso doméstico. Diseñada para usos múltiples; como mesa de cómputo, escritorio, apoyo al taller, el hogar, etc. Cuenta con copete librero y porta C.D's. Tablero bajo cubierta para teclado. Apoyo inferior deslizable con cuatro ruedas, dos con freno (al frente) y dos sin freno (atrás). |

Mesa de computo modelo S261

| | |
|--------------|--|
| Modelo | S261 |
| Medidas | 750x470x1390mm |
| Material | Panel aglomerado recubierto de película melamínica (panelart) de 19mm de grosor con acabado en ambas caras. |
| Cortes | Realizados con sierra escuadradora de doble disco (insisor interno y disco de corte). |
| Cubre cantos | A base de chapacinta de P.V.C. y moldura "T" de 0.70mm grosor. |
| Ensamblajes | A base de pija pavonada ranura abierta con cabeza " Phillips " de alta producción de 4x40mm. Escuadras metálicas de 3" de lámina cal.14 atornillada con tornillo " Gripper " de 6x5/8. |
| Descripción | Mesa para oficina o uso doméstico. Diseñada para usos múltiples; como mesa de cómputo, escritorio, apoyo al taller, el hogar etc. Cuenta con copete librero y porta C.D's. Tablero bajo cubierta para teclado. Apoyo inferior deslizante con cuatro ruedas, dos con freno (al frente) y dos sin freno (atrás). |

Mesa de computo modelo S308

| | |
|--------------|---|
| Modelo | S309 |
| Medidas | 1020x470x1390mm |
| Material | Panel aglomerado recubierto de película melamínica (panelart) de 19mm de grosor con acabado en ambas caras. |
| Cortes | Realizados con sierra escuadradora de doble disco. |
| Cubre cantos | A base de chapacinta de P.V.C. y moldura "T" de 0.70mm grosor. |
| Ensamblajes | A base de pija pavonada ranura abierta con cabeza " Phillips " de alta producción de 4x40mm. |

| | |
|-------------|---|
| | Escuadras metálicas de 3" de lámina cal.14 atornillada con tornillo " Gripper " de 6x5/8. |
| Descripción | Mesa para oficina o uso doméstico, diseñada para usos múltiples; como mesa de cómputo, escritorio, apoyo al taller, el hogar, etc. Cuenta con copete librero y porta C.D's.. Tablero bajo cubierta para teclado, cajón lapicero con chapa, espacio para CPU vertical. Apoyo inferior deslizante con cinco ruedas, dos con freno (al frente) y tres sin freno (atrás). |

4.1.1 Descripción de Panelart.

Tablero aglomerado recubierto en una o dos caras con papel diseño impregnado de resina melamínica y prensado a baja presión. Este material tiene la ventaja de ser un material estructural con acabado integrado, lo que le brinda una excelente apariencia a un costo considerablemente económico. Cabe mencionar su gran resistencia al desgaste, a la temperatura, a diversos agentes químicos y su durabilidad, el no requerir recubrimientos adicionales y un mínimo mantenimiento.

4.1.2 Datos Técnicos.

| | |
|--------------------------------|--|
| ✓ Ancho | 1.22 metros |
| ✓ Largo | 2.44 metros |
| ✓ Tolerancia en ancho y largo | -0.5 centímetros |
| ✓ Espesor o grosor | 12mm (25.4x28.2 m.) 16mm (32.4x36.2 m.) 19mm (37.3x41.9 m.) |
| ✓ Tolerancia en grosor | + - 0.25 mm. (Norma IRSA) |
| ✓ Acabados | Texturizado de 1 y 2 caras |
| ✓ Temperatura de ampollamiento | 190° centígrados |
| ✓ Resistencia a la luz | Ligero afectamiento * |

| | |
|------------------------------------|---|
| ✓ Resistencia al desgaste | Maderas 125 ciclos* Sólidos 400 ciclos* |
| ✓ Resistencia al agua hirviendo | No afectado * |
| ✓ Resistencia al impacto | 15 pulgadas sin fractura * |
| ✓ Resistencia al calor radiante | No afectado antes de 60 seg* |
| ✓ Resistencia a la abrasión | 0.01 gr/100 ciclos * |
| ✓ Resistencia a altas temperaturas | Ligero afectamiento * |
| ✓ Resistencia al rayado | No afectado * |
| ✓ Resistencia al manchado | Reactivos ³ del 1-23 no afectado Del 24-29 ligero afectamiento* Eliminable con limpieza moderada |

* NORMA A.L.A. (American Laminators Association)

- ✓ Manejo.- evite golpear o apoyar las piezas terminadas en los cantos o en las esquinas.
- ✓ Almacenaje.- no haga paquetes de dimensiones mayores a los 80cm. de altura. No estibe más de seis paquetes. Almacenar evitando áreas de humedad excesiva, (ver ficha técnica).
- ✓ Mantenimiento.- limpiar con un trapo húmedo. No utilizar fibras o sustancias abrasivas, evite colocar objetos demasiado calientes o punzantes sobre la cubierta.

4.1.3 Usos.

Mobiliario, libreros, mesas de cómputo, closets, muebles modulares, cancelos, puertas, mamparas, gabinetes, etc.

4.2 Descripción del Proceso de Fabricación.

El proceso de fabricación está conformado por ocho etapas: corte, chapeo, rauter, preparación, cajoneo, ensamble de cuerpo, ensamble cuerpo y cajón y acabado. El inicio de estas etapas es simultáneo; al terminar la jornada laboral las piezas permanecerán en la etapa que se encuentren para continuar el siguiente día, evitando así tiempos ociosos al momento de reiniciar la línea de producción. A continuación se muestran los tiempos mínimos y máximos de cada etapa, cabe mencionar que esto se debe a que el proceso de fabricación es mixto; es decir, se fabrica de acuerdo a los pedidos que se tienen, por tal motivo y dada la gran variedad de diseños cada proceso es diferente.

| ACTIVIDAD | TIEMPO MÍNIMO | TIEMPO MÁXIMO |
|-------------------------------------|----------------------|----------------------|
| <i>Corte</i> | 15 min. | 25 min |
| <i>Chapeo</i> | 8.5 min | 10.75 min |
| <i>Rauter</i> | 12.5 min | 12.5 min |
| <i>Preparación</i> | 13 min | 16.5 min |
| <i>Cajoneo</i> | 11.75 min | 12 min |
| <i>Ensamble cuerpo</i> | 6 min | 7 min |
| <i>Ens. Cuerpo y cajón</i> | 21 min | 30 min |
| <i>Acabado</i> | 9.5 min | 13 min |
| <i>Acondicionamiento y Embalaje</i> | 10 min | 15 min |

³ Ver lista de reactivos en anexos.

4.3 Control y Aseguramiento de Calidad.

4.3.1 Materia Prima e Insumos.

La materia prima es seleccionada de acuerdo a su dimensión, grueso y calidad. Por otro lado, lo relativo a los insumos, se efectúa en función a los resultados obtenidos durante el proceso de fabricación, a través de simples pruebas de resistencia y manejo. Tratando siempre de contar con dos o tres opciones de proveedores.

4.3.2 Inventarios.

La política de control de inventarios de materia prima e insumos es variable, estos dependen de la demanda existente en el mercado. Siempre en base de máximos y mínimos por producto.

4.3.3 Proceso Productivo.

De acuerdo a las características del proceso productivo, la supervisión radica en la persona que realiza la operación, así si una pieza no cumple con los requerimientos necesarios ésta no puede pasar a la siguiente etapa sin, embargo; existe un supervisor general para el área de producción.

4.3.4 Recursos Humanos.

La selección del personal para el área de producción se lleva a cabo mediante entrevistas, en las cuales se evalúan aspectos tales como: experiencia, constancia, capacidad de adaptación, disponibilidad, disposición para el trabajo en equipo, deseos de superación y de aprendizaje, capacitación, entre otros.

4.4 Layout de Planta

La empresa cuenta con una superficie de 2400 m² en los cuales se encuentran las áreas de fabricación, administración y estacionamiento. Cabe mencionar que dentro de estas instalaciones, también se encuentra la empresa de la Arq. Rosalba Ramírez Calderón, la cual realiza las actividades relacionadas a la herrería y tapicería de mobiliario⁴.

4.5 Propuesta de Inversión.

Con el objeto de minimizar costos, se pretende acondicionar el área de pintura en polvo o epóxica, indispensable en el proceso de fabricación de algunas líneas, actualmente ésta operación es realizada en la ciudad de Guadalajara.

4.6 Necesidades de Recursos Humanos.

Las necesidades radican en la motivación a través de la capacitación de los trabajadores logrando la estabilidad o permanencia de éstos dentro de la empresa.

⁴ Ver ilustración gráfica en anexos.

4.7 Ubicación Física de Planta.

La empresa se encuentra ubicada en la calle Oriente 4 No. 35, Ciudad Industrial en Morelia, Michoacán; México.

CAPÍTULO 5



ASPECTOS OPERATIVOS

5. ASPECTOS OPERATIVOS

5.1 Practicas Comerciales Internacionales.

Los países del Triángulo del Norte son el principal mercado de exportaciones de México hacia América Latina. En 1999, nuestras exportaciones al C.A.-3 fueron comparables a la suma de nuestras exportaciones a Brasil, Argentina y Chile.

El pasado 10 de mayo de 2000 concluyeron las negociaciones del tratado de libre comercio entre México, El Salvador, Guatemala y Honduras, el cual entrará en vigor a partir del 1º de enero de 2001, una vez ratificado por los Congresos de cada país.

5.1.1 Regulaciones Comerciales.

El *Banco de Guatemala* es responsable de la administración, regulación y control de los intercambios comerciales internacionales. La importación de la mayoría de los bienes no se encuentra restringida, por lo tanto no se requiere de ningún registro o licencia de importación; a excepción de aquellos determinados por el *Ministerio de Economía y Agricultura* tales como: explosivos, plomo, aves de corral, granos de café, café, leche, azúcar, huevos plantas y animales.

La *Dirección General de Aduanas* será la encargada de supervisar la correcta clasificación arancelaria así como la aplicación de tarifas. Por tal motivo, en caso de incursionar un producto nuevo al mercado guatemalteco, o tener alguna duda en cuanto a la clasificación arancelaria de algún producto deberá recurrirse a ella.

Más de la mitad de las exportaciones de México al Triángulo del Norte quedarán libres de arancel a la entrada en vigor del tratado, los plazos de desgravación van de los 3 a los 11 años.

5.1.2 Documentación Requerida.

Lista de Embarque

Documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y saber lo que contiene cada bulto o caja, por lo que debe realizarse un empaque metódico, además de indicar la cantidad exacta de bultos, paquetes, o cajas.

Deberán ser entregadas lista original y cuatro copias no negociables. La lista original será regresada al embarcador; el Consulado retendrá las copias. Esta lista deberá contener:

- Nombre del medio de transporte
- Nombre del embarcador (el nombre de la compañía deberá estar en la lista de embarque impreso)
- Lugar de partida del medio de transporte
- Descripción de la mercancía (calidad, número, tipo, marcas, paquetes)
- Peso neto y volumen
- Lugar y fecha de arribo
- Firma del embarcador

La omisión de la información, antes referida será sancionada por las autoridades correspondientes. Cuando la lista de embarque tenga más de una página deberán ser numeradas en Español; de la siguiente forma: Página 1; Página 2; etc., indicando en la última página el número total de hojas. El listado de paquetes, bultos o cajas deberá hacerse de la siguiente manera: No. 1; No. 2 y su descripción.

Factura comercial

Deberá ser entregada en original con cuatro copias en español, ante el Consulado. No será aceptada ninguna alteración o daño en ella y tendrá que llevar firma autógrafa, en original y

copias. Regresándose únicamente el original al embarcador. De existir mas de una página se numerarán de igual forma que la lista de embarque.

Su contenido será:

- Nombre y domicilio fiscal del exportador;
- Lugar y fecha de expedición;
- Nombre y domicilio del consignatario;
- Marca, número, tipo y cantidad de empaques;
- Contenido de cada empaque, detallando la mercancía;
- Referencia comercial, como código, número y serie;
- Peso y volumen neto;
- Precio FOB o CIF de la mercancía;
- País de origen de la mercancía; y
- Firma del exportador.

Certificado de Origen

Este no es un documento indispensable. Sin embargo será requerido por el importador y el Banco al utilizar Cartas de Crédito, el cual tendrá que entregarse con una copia simple, signado por el responsable de la Cámara de Comercio del país exportador.

Todas las declaraciones de importación, deberán ser presentadas con la lista de embarque, factura comercial y demás documentos requeridos por Ley, en original y copias correspondientes. De lo contrario, las autoridades en aduana, están autorizadas a pedir un depósito en efectivo que garantizará el resguardo de la mercancía durante 60 días, hasta que sea presentada la documentación faltante.

5.2 Clasificación Arancelaria.

| CODIGO | DESCRIPCION |
|----------|--|
| 94 | Muebles, Mobiliario médico quirúrgico, artículos de cama y similares, aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte. |
| 9403 | Los demás muebles y sus partes |
| 94033000 | Muebles de madera del tipo de los utilizados |
| 94034000 | Muebles de madera del tipo de los utilizados |
| 94035000 | Muebles de madera del tipo de los utilizados |
| 94036000 | Los demás muebles de madera |
| 940390 | Partes |
| 94039010 | De madera |
| 94039090 | Otras |

5.3 Términos de Negociación Internacional.

En Guatemala no es obligatorio ningún término de negociación específico, en este caso se empleará el término *Delivered at Frontier (DAF)*, término de negociación internacional que permite al fabricante (vendedor), poner los artículos en un punto asignado en la frontera, pero antes de la aduana del país importador. Además de ser empleado para transporte terrestre. Este término fue seleccionado por la empresa por ser el más adecuado a su situación actual.

5.4 Formas de Pago.

La forma de pago más confiable y recomendada es la carta de crédito, irrevocable; documentaría; confirmada; y pagadera a la vista contra entrega de documentos, aplicable en términos de 30 a 180 días, el tiempo promedio de pago de una transferencia realizada en Guatemala es de un mes.

5.5 Logística.

La mercancía será transportada en vehículos propiedad de la empresa. El recorrido que realizarán será el siguiente:

| Ciudades | Km. recorridos |
|------------------------------|----------------|
| Morelia - Tuxtla Gutiérrez | 1537 |
| Tuxtla Gutiérrez - Tapachula | 160 |
| Tapachula - Cd. Hidalgo | 10 |

5.6 Seguros.

Con la finalidad de evitar riesgos con costos adicionales a la operación de transporte; la empresa tiene contratado seguro de riesgos con cobertura para su flotilla de vehículos. La cual incluye:

- Responsabilidad civil
- Cláusula adicional de asistencia:
- Fianza
- Asistencia Jurídica
- Gastos Médicos

Asimismo, la Empresa tiene contratado Seguro de Póliza “abierta” (de buena fe), cuya prima o porcentaje es variable según la suma de valores transportados en un periodo de un mes vencido.

5.7 Contrato.

Se utilizará el formato de Contrato de Compra - Venta Internacional de Mercaderías de BANCOMEXT.⁵

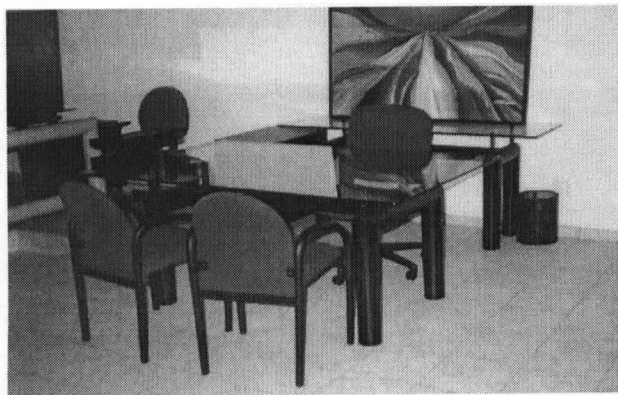
⁵ Ver formato de contrato en anexos.

ANEXOS

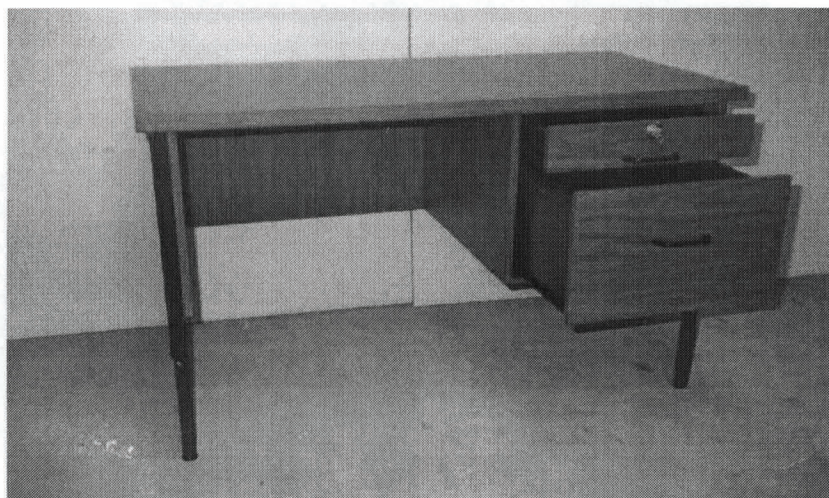


PORTAFOLIO DE NEGOCIOS

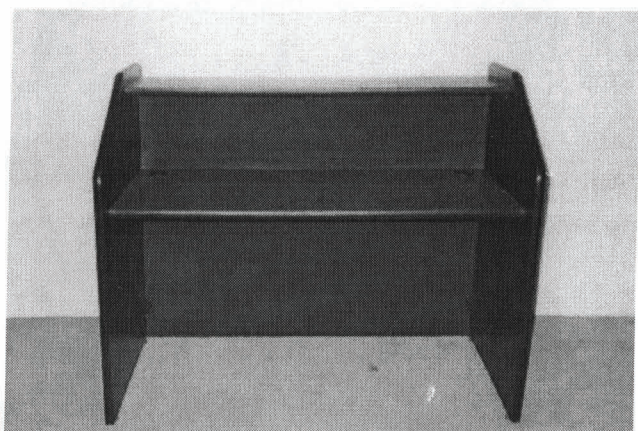
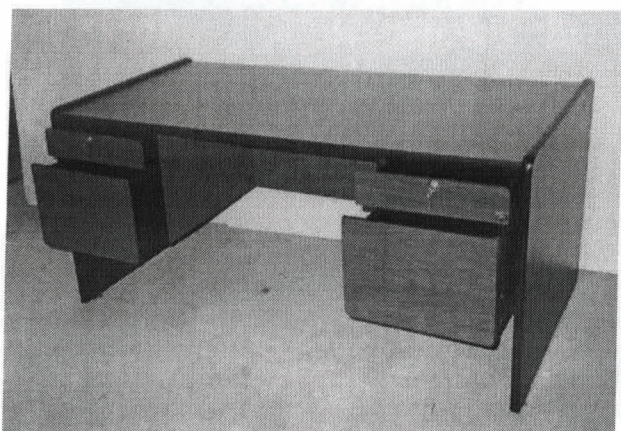
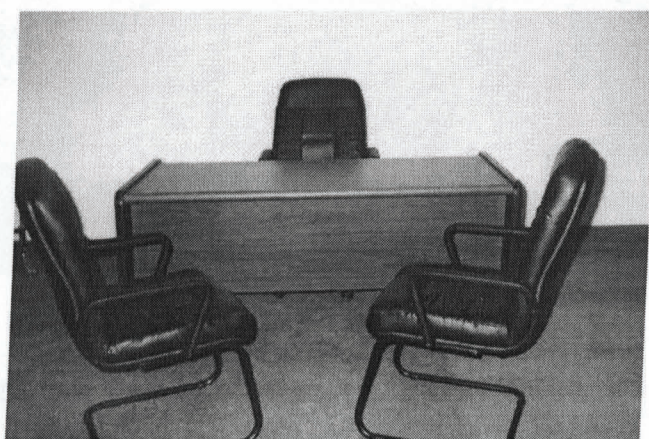
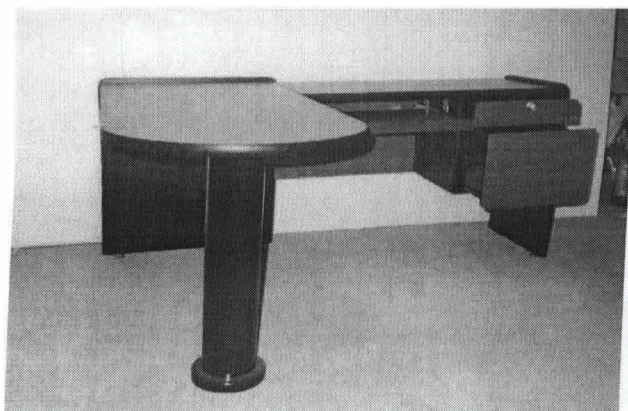
Línea Janitzio



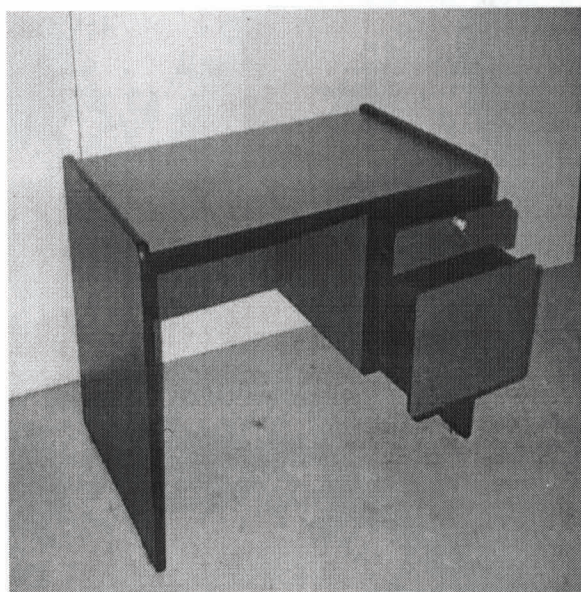
Línea Janitzio



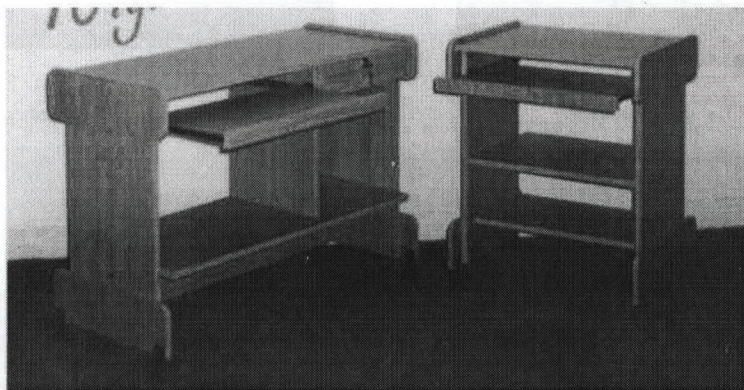
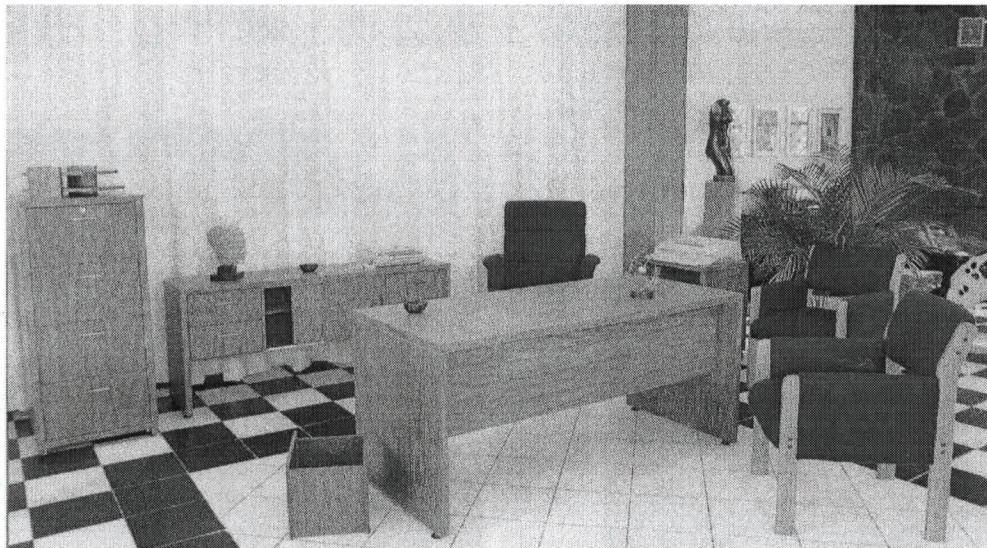
Línea Modular



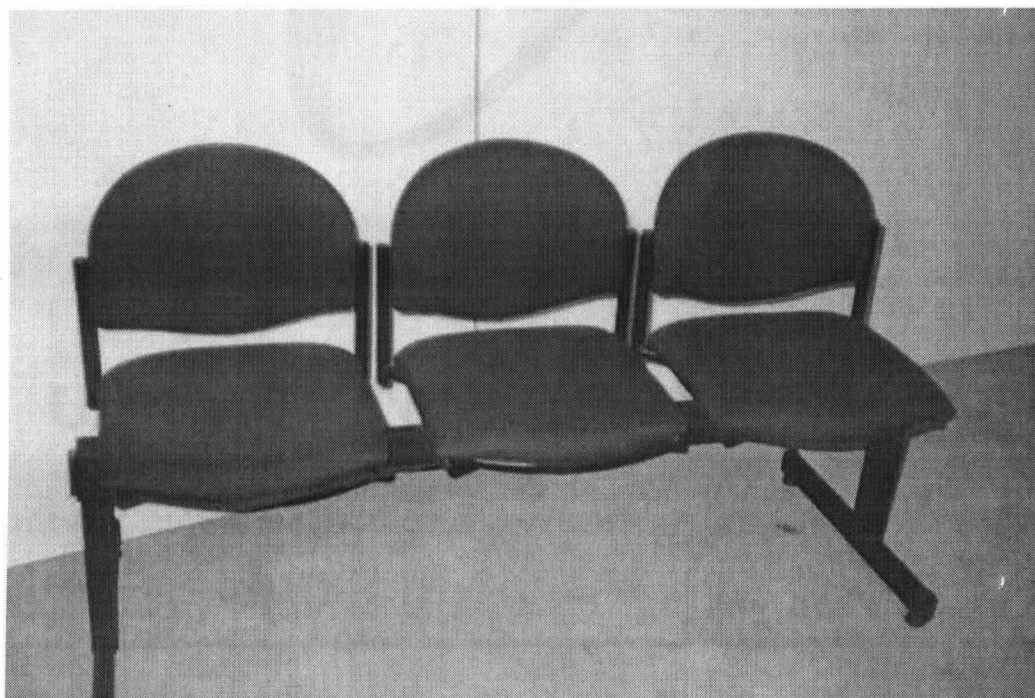
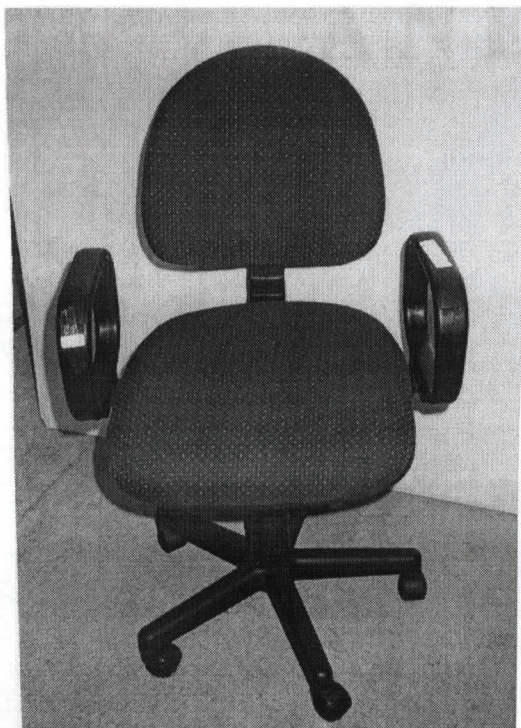
Línea Modular



Línea Morelia



Sillas y Sillones

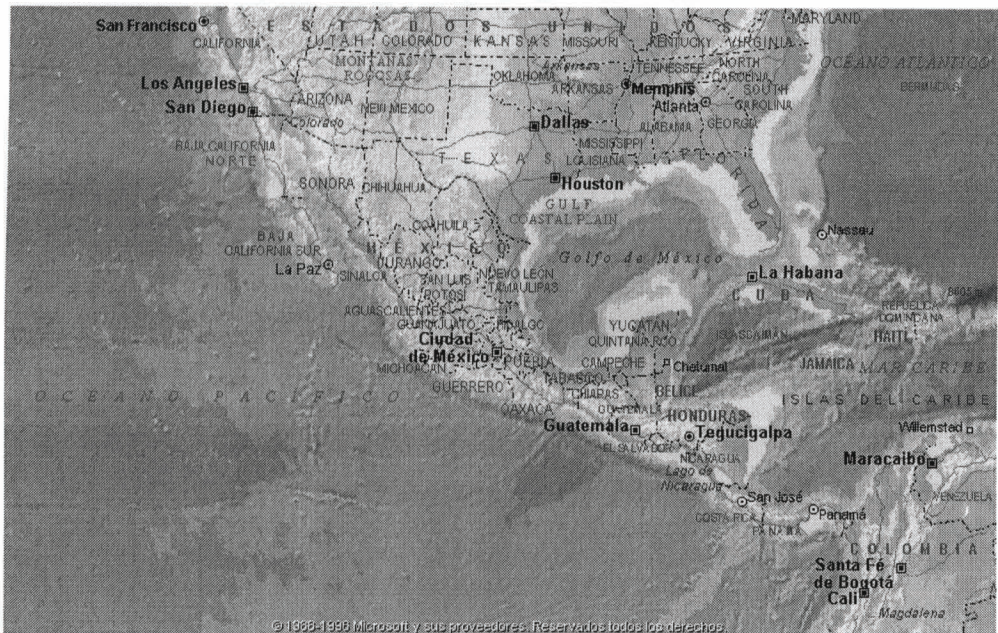


ANEXOS



UBICACIÓN GEOGRAFICA

México - Triángulo del Norte



ANEXOS



DATOS TECNICOS

Reactivos

1. Agua
2. Mostaza
3. Alcohol
4. Alcohol Isopropílico
5. Gasolina
6. Acetato de amilo
7. Jugo de uva
8. Acetona
9. Solución de jabón al 5%
10. Solución doméstica de amoníaco
11. Salsa catsup
12. Aceite vegetal de cocina
13. Solución de fosfato trisódico
14. Café
15. Té
16. Leche
17. Solución de ácido cítrico
18. Vinagre
19. Lápiz labial rojo
20. Tinta azul lavable
21. Solución de tintura
22. Solución de mercurio
23. Solución de merthiolate
24. Crayón de cera negro
25. Cera para zapatos negra
26. Tinta fina de pluma atómica azul
27. Tinta base solvente negra
28. Tinta para timbre postal

ANEXOS

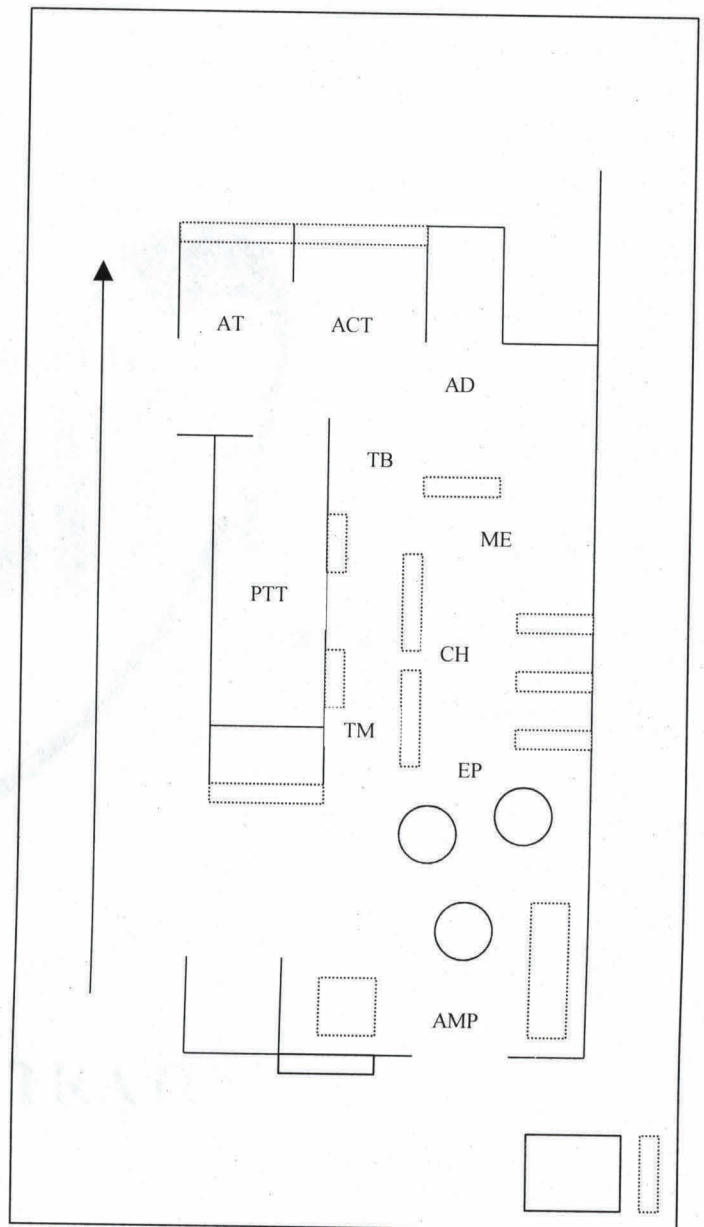


LAY OUT

Lay Out

ESTACIONAMIENTO

- AT Area de tapicería
- ACT Area de corte de tela y costura
- AD Administración
- PTT Producto terminado Tapicería
- AMP Almacen de producto Terminado
- TB Taladro de Mano
- ME Mesa Ensamble
- R Rauter
- CH Chapeadora
- EP Extractor de polvo



ANEXOS



CONTRATO

CONTRATO DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL DE MERCADERIAS

Contrato de compra-venta que celebra por una parte la Empresa FABRIMUEBLES NIP'S, S.A. de C.V., representada en este acto por el Sr. _____, y por la otra, la Empresa _____, representada por el Sr. _____, a quien en lo sucesivo se le denominara, la "vendedora" y la "compradora" respectivamente, de acuerdo con las siguientes DECLARACIONES Y CLAUSULAS:

DECLARACIONES

Declara la vendedora:

Uno.- Que es una Sociedad Anónima legalmente constituida de conformidad con las leyes de los Estados Unidos Mexicanos, en _____, en la ciudad de Morelia, Michoacán,-----

Dos.- Que dentro de su objeto social, se encuentran las actividades de fabricación y comercialización de mobiliario de oficina y escolar. -----

Tres.- Que cuenta con la capacidad, conocimiento, experiencia y el personal adecuado para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede. -----

Cuatro.- Que el Sr. _____, es su legítimo representante y se encuentra debidamente facultado, para suscribir el presente instrumento y obligar a su representada en los términos del mismo. -----

Quinto.- Que tiene su domicilio en Oriente 4 no. 35, Ciudad Industrial, en la ciudad de Morelia, Michoacán, mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.-----

Declara la compradora:

Uno.- Que es una Sociedad Anónima legalmente constituida de conformidad con las leyes de la República de Guatemala, en _____, en la ciudad de _____,-----

Dos.- Que dentro de su objeto social, se encuentran las actividades de importación y comercialización de mobiliario de oficina y escolar. -----

Tres.- Que conoce las características y especificaciones de los productos objetos del presente contrato.-----

Cuatro.- Que el Sr. _____, es su legitimo representante y se encuentra debidamente facultado, para suscribir el presente instrumento y obligar a su representada en los términos del mismo. -----

Quinto.- Que tiene su domicilio en _____, en la ciudad de _____, mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar. -----

Ambas partes declaran:

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

CLAUSULAS

Primera.- Objeto del contrato. ----- Por medio de este instrumento la vendedora se obliga a vender y la compradora a adquirir los productos motivo del presente contrato. -----

Segunda.- Precio. -----
Fijación del precio de venta de los productos motivo del contrato, que la compradora que compromete a pagar, será DAF (Delivered at Frontier). Ambas parte se comprometen a renegociar el precio antes pactado, cuando este sea afectado por variaciones en el mercado internacional, económicas, políticas o sociales, en el país de origen o destino que afecten a las partes.-----

Tercera.- Forma de pago. -----
La compradora se obliga a pagar a la vendedora el precio pactado en la cláusula que antecede, mediante el anticipo del 30% (treinta por ciento) a través de depósitos bancarios y el saldo por medio de carta de crédito documentaria confirmada, irrevocable y pagadera a la vista contra

entrega de los documentos a elección de la compradora; la cual se compromete a realizar las gestiones correspondientes por conducto de instituciones bancarias de los países de origen y destino, asimismo, realizará los pagos correspondientes de gestoría.-----

Cuarta.- Fecha de entrega. -----

La vendedora se obliga a entregar las mercancías a que se refiere este contrato dentro de las fechas pactadas, una vez que reciba la confirmación de la carta de crédito antes mencionada.---

Quinta.- Patentes y marcas. -----

La compradora reconoce que los productos objetos de este contrato se encuentran debidamente registrados al amparo de la marca "NIP'S", ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, por lo que se compromete a respetar la marca. -----

Sexta.- Vigencia del contrato. -----

El presente contrato de compra – venta tendrá vigencia de un año a partir de su fecha de expedición, esta podrá se prorrogable por consentimiento escrito de ambas partes.

Séptima.- Rescisión por incumplimiento del contrato. -----

Ambas partes podrán rescindir este contrato, en el caso de que una de ellas incumpla sus obligaciones y se abstenga de tomar medidas necesarias para reparar dicho incumplimiento dentro de los quince días siguientes del aviso, notificación o requerimiento que la otra parte le haga. La parte que ejercite su derecho a la rescisión deberá dar aviso por escrito a la contra parte, cumpliendo que sea el término mencionado.-----

Octava.- Insolvencia. ----- Ambas

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

Novena.- Subsistencia de obligaciones. -----

La subsistencia de las obligaciones, la rescisión o terminación de este contrato, no afectará de manera alguna a la validez y exigibilidad de las obligaciones contraídas con anterioridad o de aquellas ya formadas que por su naturaleza o disposición de la Ley, o por voluntad de las partes deban diferirse a fecha posterior. En consecuencia, las partes podrán exigir aun con

posterioridad a la rescisión o terminación del contrato el cumplimiento de estas obligaciones.--

Décima.- Cesión de derechos y obligaciones. -----

Ninguna de las parte podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos y obligaciones, derivados de este contrato a terceros.-----

Décima primera.- Límite de la responsabilidad contractual. -----

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

Décima segunda.- Legislación aplicable. -----

En todo lo convenido y en lo que no se encuentre expresamente previsto, este contrato se registrá por las Leyes vigentes en los Estados Unidos Mexicanos, particularmente en lo dispuesto en la Convención de Naciones Unidas sobre los Contratos de Compra – Venta Internacional de Mercaderías y en su defecto, por los usos y prácticas comerciales reconocidos por éstas. -----

Décima tercera.- Arbitraje. -----

Para la interpretación, ejecución y cumplimiento de las cláusulas de este contrato, así como, para la solución de controversias que se deriven del mismo, las partes convienen en someterse a la conciliación y arbitraje de la Comisión para la Protección del Comercio Exterior de México, auspiciada por el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., con domicilio en la Ciudad de México, Distrito Federal, de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento de Procedimientos de la Comisión Interamericana de Arbitraje Comercial (CIAC). -----

Se firma este contrato en la Ciudad de Morelia, Michoacán, a los 27 días del mes de Julio del año 2000, firmando al calce y al margen, para constancia y aceptación todos y cada uno de los que intervienen.-----

POR LA VENDEDORA

POR LA COMPRADORA

OPUS
MORALEJA

ANEXOS

CONCEPTOS

- VENTAS NETAS
- OSTO DE VENTAS
- TERIA PRIMA
- NO DE OBRA
- STOS DE FABRICACION
- PRECIACION
- IDAD FRUTA
- STOS DE ADMO Y VTAS
- STOS DE ADMINISTRACION
- STOS DE VENTA
- IDAD DE OPERACION
- STOS FINANCIEROS
- OSTOS Y PRODUCTOS
- IDAD NETA



ESTADOS FINANCIEROS

FABRIMUEBLES NIP'S S.A DE C.V.
ORIENTE 4 No. 35 CD. INDUSTRIAL 1era.ETAPA
MORELIA, MICH. C.P. 58200 TEL. 3-23-20-20, 3-23 09-01

ESTADO DE RESULTADOS

| CONCEPTOS | HISTORICO | | | | PROYECTADO | |
|--------------------------|----------------|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|
| | DIC 97 | DIC 98 | DIC 99 | JUN 00 | Dic-01 | Dic-02 |
| VENTAS NETAS | \$2,455,011.00 | 2,912,013.00 | 3,129,810.00 | 2,480,886.00 | \$4,769,799.00 | 5,055,987.00 |
| COSTO DE VENTAS | \$1,725,130.00 | 2,167,700.00 | 2,652,102.00 | 1,867,367.00 | \$3,639,342.00 | 4,003,277.00 |
| MATERIA PRIMA | \$1,402,312.00 | 1,814,221.00 | 2,249,873.00 | 1,657,367.00 | \$3,211,000.00 | 3,656,684.00 |
| MANO DE OBRA | \$195,998.00 | 209,105.00 | 231,012.00 | 110,899.00 | \$239,120.00 | 245,142.00 |
| GASTOS DEFABRICACIÓN | \$126,820.00 | 144,374.00 | 171,217.00 | 99,103.00 | \$189,222.00 | 192,451.00 |
| DEPRECIACION | \$46,022.00 | 52,578.00 | 105,043.00 | 51,305.00 | \$107,219.00 | 111,389.00 |
| UTILIDAD BRUTA | \$683,859.00 | 691,765.00 | 372,665.00 | 562,214.00 | \$1,023,238.00 | 941,321.00 |
| GASTOS DE ADMO.Y VTAS. | \$481,001.00 | 519,878.00 | 691,789.00 | 326,502.00 | \$694,583.00 | 710,076.00 |
| GASTOS DE ADMINISTRACION | \$118,111.00 | 129,987.00 | 192,687.00 | 91,501.00 | \$199,205.00 | 201,165.00 |
| GASTOS DE VENTA | \$362,890.00 | 389,891.00 | 499,102.00 | 235,001.00 | \$495,378.00 | 508,911.00 |
| UTILIDAD DE OPERACION | \$202,858.00 | 171,887.00 | -319,124.00 | 235,712.00 | \$328,655.00 | 231,245.00 |
| GASTOS FINANCIEROS | \$5,102.00 | 8,240.00 | 6,950.00 | 9,105.00 | \$7,164.00 | 6,799.00 |
| OTROS GTOS.Y PRODUCTOS | \$8,156.00 | 11,746.00 | 45,400.00 | 6,702.00 | \$8,655.00 | 9,227.00 |
| UTILIDAD NETA | \$189,600.00 | 154,901.00 | -330,614.00 | 219,905.00 | \$312,825.00 | 215,219.00 |

**FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO
(MERCADO NACIONAL DESGLOSADO)**

| CONCEPTOS | DIC-00 | % | DIC-01 | % | DIC-02 | % |
|-------------------------|--------------|-------|---------------|-------|---------------|-------|
| ENTRADAS | | | | | | |
| SALDO INICIAL | 89,532.00 | 2.0 | 113,138.00 | 2.5 | 104,310.00 | 2.1 |
| VENTAS DE CONTADO | 4,687,330.00 | 102.7 | 4,547,448.00 | 102.5 | 4,910,621.00 | 100.9 |
| VENTAS A CRÉDITO | (212,426.00) | -4.7 | (222,351.00) | 5.0 | (145,366.00) | 3.0 |
| TOTAL | 4,564,439.00 | 100.0 | 4,439,235.00 | 100.0 | 4,869,565.00 | 100 |
| SALIDAS | | | | | | |
| COMPRA M.P. | 3,214,730.00 | 72.2 | 3,211,000.00 | 74.1 | 3,565,684.00 | 75.6 |
| MANO DE OBRA | 221,798.00 | 5.0 | 239,120.00 | 5.5 | 245,142.00 | 5.2 |
| GTOS. DE FABRICACIÓN | 198,206.0 | 4.4 | 189,222.00 | 4.4 | 192,451.00 | 4.1 |
| GTOS. DE VENTA | 470,00 | 10.5 | 495,378.00 | 11.4 | 508,911.00 | 10.8 |
| GTOS. DE ADMINISTRACIÓN | 173,002 | 3.9 | 199,205.00 | 4.6 | 201,165.00 | 4.3 |
| COMPRA DE MAQ. Y EQUIPO | 161,000.00 | 3.7 | - | - | - | - |
| COMPRA DE MOB. Y EQUIPO | 12,563.00 | 0.3 | - | - | - | - |
| TOTAL | 4,451,301.00 | 100 | 4,333,925.00 | 100 | 4,713,353.00 | 100 |
| SALDO | | | | | | |
| | \$113,138.00 | | \$ 104,310.00 | | \$ 156,212.00 | |

CONCLUSIÓN:

Con el desarrollo de este proyecto se ha determinado que el mercado de Guatemala es una gran oportunidad para realizar la exportación de nuestras mesas de cómputo, ya que como hemos visto en los capítulos anteriores tenemos grandes ventajas para poder posicionarnos en el mismo.

- Capacidad de producción eficiente
- Los medios necesarios de distribución
- Demanda y aceptación del producto

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

Teniendo como ventaja adicional un Tratado de Libre Comercio, (Tratado de Libre Comercio del Triángulo del Norte), permitiéndonos un trato preferencial, es decir, aranceles, impuestos etc.

Toda vez que ya se conoce todo el estudio y el resultado de éste proyecto, este se puede llevar a la práctica de manera exitosa.

BIBLIOGRAFÍA:

- Plan de Exportación
Carlos Morales Troncoso
Editorial Pearson.

- Medios de Defensa Aduanera
Y de Comercio Internacional
Arturo Urbina Nandayapa
Editorial Sicco.

- Ley Aduanera
Vol. XLVII

- [http:w.w.w. stantija.com](http://w.w.w.stantija.com)

- [http:w.w.w.server.org.gy](http://w.w.w.server.org.gy)

- [http:w.w.w.bancomext.Guatemala.gob.mx](http://w.w.w.bancomext.Guatemala.gob.mx)

- [http:w.w.w.bancomext.com](http://w.w.w.bancomext.com)

- [http:w.w.w.secofi.siem.gob.mx](http://w.w.w.secofi.siem.gob.mx)

- [http:w.w.w.secofi.gob.mx](http://w.w.w.secofi.gob.mx)

- Guía del Exportador
Bancomext.

- Técnicas de Negociación
Bancomext

➤ El Arte de la Negociación
Peter Economy
Editorial Mc.Graw Hill

➤ Acertividad para Negociar
Mc.Graw Hill.