

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### ***“EXPORTACIÓN DE BIENES RÚSTICOS A ESTADOS UNIDOS”***

**Autor: ERIKA SÁNCHEZ SALCEDA**

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

**Nombre del asesor:  
JULIETA ARTEAGA ORIGEL**

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**

**“EXPORTACIÓN DE BIENES RÚSTICOS A ESTADOS UNIDOS”**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO DE: LICENCIADO EN  
COMERCIO INTERNACIONAL**

**PRESENTA: ERIKA SÁNCHEZ SALCEDA**

**ASESOR: JULIETA ARTEAGA ORIGEL**

**No. De acuerdo LCI 100843**

**CLAVE 16PSU0011T**

## Contenido

<b>CAPITULO 1</b> .....	6
<b>1.1 Problema de investigación</b> .....	6
<b>1.2 Situación Problemática</b> .....	6
<b>1.3 Objetivos de investigación</b> .....	6
<b>1.3.1 Objetivo General</b> .....	7
<b>1.3.2 Objetivos específicos</b> .....	7
<b>1.4. Preguntas en general</b> .....	8
<b>1.4.1 Preguntas Específicas</b> .....	8
<b>1.5 Hipótesis de la Investigación</b> .....	8
<b>1.5.1 Hipótesis General</b> .....	9
<b>1.5.2 Hipótesis específica</b> .....	10
<b>1.6 Justificación</b> .....	10
<b>1.6.1 Justificación Social</b> .....	11
<b>1.6.2 Limitaciones de la Investigación</b> .....	11
<b>1.7 Variables de Investigación</b> .....	12
<b>CAPITULO 2 MARCO TEÓRICO</b> .....	12
<b>2.1 Teorías del Comercio Internacional</b> .....	12
<b>2.1.1 Teoría de la Ventaja Absoluta elaborada por Adam Smith en 1776</b> .....	12
<b>2.1.2 Ventaja Comparativa elaborada por David Ricardo</b> .....	13
<b>2.1.3 Teoría de la Demanda Recíproca elaborada por John Stuart Mill</b> .....	13
<b>2.1.4 Teoría de la Oferta y de la Demanda elaborada por Alfred Marshall</b> .....	13
<b>2.2 Muebles Rústicos</b> .....	14
<b>2.3 Clasificación Arancelaria (Poner cuadro y capítulo, partida)</b> .....	15
<b>2.4 Exportación y Costo de Comercialización</b> .....	16
<b>CAPITULO 3 PROCESO DE EXPORTACIÓN</b> .....	22
<b>3.1 Documentos para Exportar</b> .....	22
<b>3.1.2 Aspectos Aduaneros</b> .....	25
<b>3.1.3 Cadena de Comercialización</b> .....	27
<b>3.1.4 Materiales Utilizados en la Logística</b> .....	29
<b>3.1.5 Volumen de Exportación</b> .....	31
<b>3.3 Análisis de Posibles Mercados</b> .....	46
<b>3.4 Tratados de libre comercio y Acuerdos comerciales</b> .....	47

3.5 Competidores Directos e Indirectos.....	50
3.6 Normas y Controles de Calidad.....	53
<b>CAPITULO 4 DISEÑO METODOLÓGICO .....</b>	<b>55</b>
4.1 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	55
4.2 HERRAMIENTAS.....	56
4.3 TIPOS DE MÉTODOS .....	57
4.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	60
<b>CAPITULO 5 La empresa y su personal clave.....</b>	<b>61</b>
5.1.- Ubicación.....	61
5.2 Antecedentes de la Empresa.....	62
5.3 Misión .....	63
5.3.1 Visión.....	64
5.3.2 Objetivos de la empresa.....	64
5.3.3. Metas de la empresa.....	64
5.4.- Cadena de Valor .....	64
5.5.- Organización Actual .....	65
5.5.1 Funciones.....	67
5.6.- Análisis FODA.....	69
<b>CAPÍTULO 6 Marca .....</b>	<b>70</b>
6.1.1 Para qué sirve la Marca .....	71
6.1.2 Tipos de Marcas.....	71
6.2 Formación de la Marca.....	72
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>75</b>

## **CAPITULO 1**

### **1.1 Problema de investigación**

El origen de la investigación viene dado por el interés sobre la viabilidad de la exportación de muebles rústicos provenientes de Tonalá, Jalisco; a Estados Unidos al igual que la realización de un trabajo de calidad en el cual podamos demostrar, el conocimiento obtenido durante el transcurso de la carrera que nos permita exponer nuevos enfoques del comportamiento de la comercialización de productos no tradicionales en el extranjero además de expandir el negocio de comercialización y aumentar las ganancias del proyecto de inversión en una cantidad considerable aprovechando el manejo otro tipo de divisa lo cual hace un crecimiento monetario favorable y superior todo lo anterior teniendo en cuenta que existe demanda de este tipo de bienes en dicho país.

### **1.2 Situación Problemática**

Se ha detectado una gran oportunidad de mercado no atendido en el extranjero ya que no existe manufactura de este tipo de bienes rústicos, existen algunos otros similares que son de baja calidad y precios muy elevados, además que su durabilidad es corta por los materiales usados en la fabricación lo cual en México se maneja materia prima de calidad y su precio es de fácil adquisición para posibles clientes lo cual hace que surja esta idea de exportar productos totalmente mexicanos a un lugar donde no existen.

### **1.3 Objetivos de investigación**

El objetivo es generar un proyecto viable y realista que forje crecimiento tanto monetario como en el ámbito profesional y personal. Al igual que expandir el negocio familiar ya que durante varios años se ha tenido una buena

respuesta de los clientes hacia nuestro negocio y eso nos hace querer ser mejores cada día para seguir ofreciendo un servicio y productos de calidad y hacer que nuestros clientes estén conformes con lo que adquieren. Deseamos que nuestro negocio adquiriera nuevos estilos de productos como son los artículos rústicos y que el nombre de nuestro negocio poco a poco llegue a más lugares donde más personas empiecen a conocernos y así expandir nuestra cartera de clientes. Además de hacer que México sea conocido por esta variedad de productos específicamente en este estilo y llegue a uno de los países más importantes de todo el mundo como lo es hoy en día Estados Unidos.

### **1.3.1 Objetivo General**

Elaborar un proyecto de exportación y venta de muebles rústicos en el extranjero, ya que en Estados Unidos no se cuenta con la manufactura de este tipo de bienes que son auténticos en México y existe demanda en el mercado extranjero, con la finalidad de implementar mis conocimientos y adquirir un ingreso monetario.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Estudiar nuevos mercados y culturas.
- Expandir el mercado mexicano de esta clase de productos a otro país.
- Incentivar a los fabricantes a ampliar su visión y obtener mayores ingresos.
- Realizar un proyecto de negocio viable que genere rendimiento personal y como una forma de poner en práctica conocimientos adquiridos en lo profesional.
- Generar una forma de autoempleo, así como emplear directa e indirectamente colaboradores.

#### **1.4. Preguntas en general**

- ¿Qué rentabilidad hay, al exportar muebles rústicos a Estados Unidos?
- ¿Qué rendimiento diferencial hay entre comercializar muebles aquí en México y en Estados Unidos?
- ¿Qué tipo de restricciones hay en el mercado estadounidense?

##### **1.4.1 Preguntas Específicas**

- ¿Cuál es la viabilidad es el proyecto?
- ¿Cuál es el nivel de aceptación del producto en el mercado norteamericano?
- ¿Cuál es la competencia del proyecto y como afectaría el resultado esperado?

#### **1.5 Hipótesis de la Investigación**

Los muebles además de ser un producto indispensable es un artículo que ofrece un estilo de vida a quien lo adquiere, le genera sensaciones a través de la ambientación que se produce en el entorno donde se colocan por lo cual el proyecto puede ser altamente viable y funcional.

Los muebles de estilo rústico suelen distinguirse por ser un tipo de mueble funcional y versátil. Esto significa que lo mismo se les puede ver en la sala de estar, el salón,

patios, terrazas y jardines. Aunque muchos identifican a los muebles rústicos como muebles antiguos, en realidad no siempre es así, aunque es verdad que los muebles antiguos mantienen características rústicas. Lo que sucede es que gran parte de los muebles de apariencia rústica son fabricados en la época actual, por lo que básicamente, aunque tengan esa apariencia, en realidad no son muebles antiguos. Las maderas que usualmente se utilizan en la fabricación de muebles rústicos son el pino y el cedro, además de la madera teca. Los muebles rústicos también se distinguen por ser un tipo de mobiliario cómodo, ideal para integrarse a una decoración natural, en el que la perfección no es un requisito. (Mateu, 2018)

Los muebles rústicos que tienen formas y líneas irregulares o imperfectas, se dicen que son muebles con carácter, que reflejan fielmente el mueble hecho con madera real. Son muebles en donde se pueden apreciar los rasgos distintivos de la madera, incluso con un cierto grado de aspereza.

A diferencia de los muebles de estilo colonial, los muebles rústicos pueden verse en muchos hogares ya que son muy versátiles para cualquier tipo de decoración. Son muebles en donde lo importante es destacar el componente natural que se relaciona con la madera, el campo, las cabañas, las zonas de montañas, las áreas rurales, entornos que se complementan y que agregan un encanto especial a la decoración.

Adicional a lo anterior y desde el punto de vista financiero el rendimiento que se genera en una exportación llega a hacer 4 o 5 veces mayor a si se comercializan aquí en el mercado doméstico lo cual indica un crecimiento de la empresa traducido en una expansión del mercado, así como un incremento en la variedad del catálogo de productos a ofrecer.

### **1.5.1 Hipótesis General**

El contar con un socio estratégico que radica en el mercado estadounidense genera una gran ventaja competitiva ya que hay conocimiento de dicho mercado y nos da mayor facilidad para saber a quién y donde vender mis productos.



El dólar como divisa es una de las monedas más estables a nivel mundial lo cual al hacer el cambio de divisa nos favorece considerablemente.

Además de que el tratado de libre comercio llamado TLCAN es una gran oportunidad para reducir costos y así hacer más competitivos los productos mexicanos en el mercado estadounidense ya que podemos establecer el precio en algunos casos debajo de los productos hechos en estados unidos.

### **1.5.2 Hipótesis específica**

Como egresada de la carrera de comercio internacional es de vital importancia adquirir el conocimiento profundo de todo el proceso en proyecto de exportación además de obtener la experiencia necesaria para crecer en el ámbito profesional y personal.

El mercado estadounidense tiene un gran porcentaje de población de origen mexicano que adquieren y siguen con el deseo de adquirir productos mexicanos y además los prefieren como una forma de recrear su forma de vida que tenían en su país natal. California que es la ciudad donde queremos hacer llegar nuestros productos y es de las ciudades con más mexicanos en estados unidos lo cual es favorable para nuestro proyecto.

### **1.6 Justificación**

Me interesa este tema porque existe una gran variedad de bienes mexicanos de calidad que se mueven en nuestro mercado y que en algunos casos no se paga lo justo por dicho bien, por lo cual me interesa que estos productos lleguen al mercado extranjero y así obtener mayores ganancias en la venta, además de que sabemos que existe gran cantidad de clientes a los cuales les interesan estos bienes mexicanos ya que en su país no existen.

### **1.6.1 Justificación Social**

Este trabajo puede beneficiar a los fabricantes para expandir su mercado, es decir, fabricar para otros países y no solo para México, teniendo en cuenta que se pueden obtener mayores ganancias haciendo negocios en este caso con Estados Unidos.

Con este proyecto se ayudaría a los fabricantes de bienes rústicos a tener otra alternativa de venta, ya que cuando haya crisis en México se podrá seguir fabricando para vender en otro país, además de que se estaría impulsando la Balanza Comercial

### **1.6.2 Limitaciones de la Investigación**

Existen algunas variables que en dado caso pueden llegar a afectar nuestro proyecto ya que como todos nuestros productos son hechos o tienen un acabado hecho a mano tienen mayor duración de fabricación que los productos industriales lo cual es variable dependiendo de cada artículo, además de que para la obtención de la materia prima principal que es la madera existen diversos proveedores los cuales cada uno tala en diferentes puntos de la región y cambia tanto la consistencia como el color de la madera, esto afectando el acabado de los productos, es decir, puede haber lotes en que sea el mismo artículo pero este uno más oscuro que otro o que uno sea más grueso que el otro.

En México no existe ninguna ley que regule la tala de árboles como tal, sino son normas oficiales mexicanas establecidas por SEMARNAT pero que casi nadie las cumple lo cual es un problema grande porque cualquier árbol chico o grande puede ser utilizado en la fabricación lo cual implica diferente trato en la transformación y que no se pueda seguir el mismo procedimiento en cualquier madera o algo aún más grave es que puede llegar a faltar la madera y así parar por completo la producción.

Existen elementos subjetivos los cuáles también nos pueden llegar a perjudicar o beneficiar tales como las condiciones de los empleados, el clima, el lugar donde se trabaja etc. ya que esto puede o agilizar la producción o hacerla más lenta.

Las restricciones del mercado estadounidense cada vez son más ya que por cambios en nuevas políticas cada vez nos piden más certificados donde se establezca que el producto este hecho de la mejor calidad y manera posible para evitar cualquier tipo de plagas o contaminación lo cual implica gastos adicionales a los que ya se tienen considerados.

## **1.7 Variables de Investigación**

### **Dependiente**

Muebles rústicos.

### **Variables Independientes**

Exportación, precio, Estados Unidos.

## **CAPITULO 2 MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Teorías del Comercio Internacional**

#### **2.1.1 Teoría de la Ventaja Absoluta elaborada por Adam Smith en 1776**

Es uno de los pilares de la teoría clásica del comercio internacional su fundamento es que, al ampliar la dimensión de los mercados, aumenta la posibilidad de producir más y con ello se favorece el grado de especialización, que, a su vez, incrementa la productividad del trabajo y así mismo obtener el precio más bajo posible. Cuando un país extranjero nos ofrece una mercancía más barata de lo que nos cuesta a nosotros será mejor comprarla que producirla, dando por ella parte del producto de

nuestra propia actividad económica, empleada en aquellos sectores en que saquemos ventaja al extranjero (Serdin, 2016).

### **2.1.2 Ventaja Comparativa elaborada por David Ricardo**

Los países deberían especializarse en lo que les es fácil producir y posteriormente comerciar para obtener los que les es difícil producir. David Ricardo observó que aun cuando un país tuviera ventaja absoluta en la elaboración de dos productos, podría ser relativamente más eficiente que el otro, en un producto determinado, a lo que denominó “Principio de la Ventaja Comparativa”. Un país puede ser mejor que otro en producir varios artículos, pero solo debe desarrollar aquel que produce mejor, y esto lo cual la determina la curva de posibilidades de producción (Velasquez, 2015).

### **2.1.3 Teoría de la Demanda Recíproca elaborada por John Stuart Mill**

Afirma que dentro de un sistema de costos comparativos y de división internacional de trabajo, el comercio de exportación de un país se fortalecerá en medida en que el mismo compre o importe mercancías producidas en otro. Sostiene que el éxito económico de un país reside en mantener un superávit relativo de sus exportaciones sobre sus importaciones.

La relación real de intercambio que se establezca será aquella que iguale la oferta de exportación de cada país con la demanda de importación de otro (Rodriguez, 2016).

### **2.1.4 Teoría de la Oferta y de la Demanda elaborada por Alfred Marshall**

La ley de la oferta, que indica que la oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta.

La ley de la demanda, que indica que la demanda es inversamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio, menos demandarán los consumidores.

Por tanto, la oferta y la demanda hacen variar el precio del bien. Si el precio de un bien está demasiado bajo y los consumidores demandan más de lo que los

productores pueden poner en el mercado, se produce una situación de escasez, y por tanto los consumidores estarán dispuestos a pagar más. Los productores subirán los precios hasta que se alcance el nivel al cual los consumidores no estén dispuestos a comprar más si sigue subiendo el precio. Este sería el ansiado punto de equilibrio.

En la situación inversa, si el precio de un bien es demasiado alto y los consumidores no están dispuestos a pagarlo, la tendencia será a que baje el precio, hasta que se llegue al nivel al cual los consumidores acepten el precio y se pueda vender todo lo que se produce (Charcón, 2017).

## **2.2 Muebles Rústicos**

El mueble es un elemento funcional doméstico pensado y diseñado para favorecer la comodidad y facilidad del uso de los espacios al ser humano atendiendo a sus necesidades cotidianas. De ese uso y el nombre del mueble, se derivarán las denominaciones de los espacios de la casa: dormitorio, cocina, comedor.

En general, se piensa que el mueble (o al menos algo parecido por su uso) existe desde el Neolítico. En los primeros asentamientos, con datos históricos recogidos gracias a yacimientos y pinturas rupestres, podemos hacernos una idea del uso primitivo de los muebles. Según el hombre pasaba de nómada a sedentario (cuevas como primeras casas o primitivas viviendas después) intentaba hacer su “nido” con comodidades básicas.

Los materiales eran la madera y la piedra y, por supuesto, las pieles servían tanto como camas, como protección contra el frío con distintas funciones. La evolución del diseño del mueble ha sido paralela a la de los estilos arquitectónicos y de las artes decorativas, dentro de la historia del arte. A lo largo de la historia encontramos numerosos arquitectos e ingenieros que han manifestado la pasión por el diseño industrial.

Los principales periodos en la historia del mueble (simplificando mucho) son: Antigüedad y mundo clásico, Edad Media, gótico, Renacimiento, Barroco, Rococó, Neoclasicismo e historicismos, Industrialización, Vanguardismo y diseño.

Rústico, un adjetivo que procede del vocablo latino *rusticus*, hace referencia a lo que está vinculado al campo (el terreno que se encuentra afuera de una zona urbana y que permite desarrollar tareas agrícolas). Se suele calificar como rústico a aquello que carece de sofisticación o que apela a elementos naturales para su desarrollo.

En los últimos años ha experimentado un notable auge lo que se ha dado en llamar estilo rústico a nivel decorativo, con el que se consigue darle forma a hogares cálidos, confortables, relajados, que incitan al descanso y que apuestan por la tradición, sin pasar por alto que, del mismo modo, también se decantan por darle protagonismo a lo que es la naturaleza. Un mueble rústico es un elemento que tiene como función satisfacer necesidades y comodidades del ser humano que cuentan con un diseño propio de la naturaleza que es esencial para la decoración de dicho bien (Schmitz, 2010).

### **2.3 Clasificación Arancelaria (Poner cuadro y capítulo, partida)**

(LIGIE, 2017) 44.20 Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera, no comprendidos en el Capítulo 94.

4420.10 - Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera

4420.10.01 Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera.

4420.90 - Los demás.

4420.90.99 Los demás

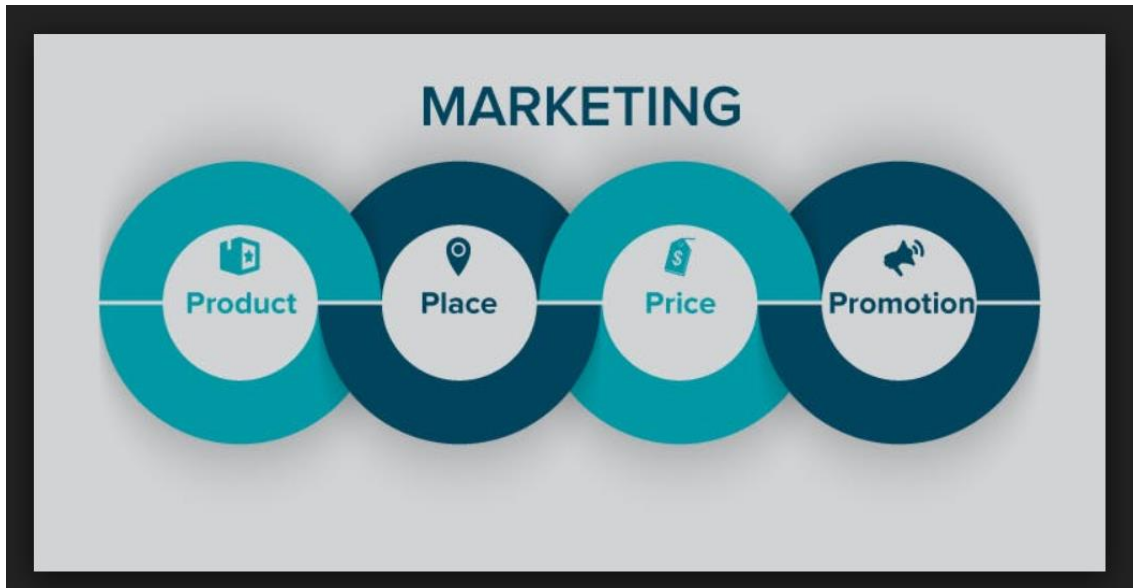
## 2.4 Exportación y Costo de Comercialización

Exportar es vender a otro país las mercancías o productos nacionales y como en cualquier negocio requiere de preparación, esfuerzo, dedicación, constancia y aprendizaje. Además, debe considerarse que exportar conlleva un compromiso de largo plazo ya que los beneficios más importantes del mismo se verán reflejados con el paso del tiempo conforme las ventas internacionales vayan incrementándose. Exportar tiene sus ventajas, no por nada hay empresas internacionales muy exitosas que basan su éxito en la venta de su mercancía a diversos países en lugar de comercializar su mercancía dentro del territorio nacional. En seguida, algunas ventajas de decidirse a exportar son:

- ✓ Acceso a nuevos mercados.
- ✓ Desarrollo y crecimiento de tu empresa al generar nuevos ingresos.
- ✓ Aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- ✓ No se depende solamente del mercado local.
- ✓ Fortalecimiento de la competitividad de los productos en calidad y precio.
- ✓ Actualización tecnológica. Mejora de la imagen empresarial.
- ✓ Generación de empleos y de divisas para el país.

El objetivo primordial de la estrategia comercial de exportación es competir en el o los mercados meta de una manera consistente y bien dirigida, por lo que debe estar sustentada en una estrategia competitiva. Esta última define si se compite en un mercado de bajo precio es decir que el negocio está en el volumen de las ventas o si es un mercado selecto la ganancia estará en el margen de ventas más que el volumen. Aquí se puede hacer uso de las **4P'S** y las nuevas **4P'S** quedando de la siguiente manera:

### La 4 P'S



## **PRECIO**

El precio de las mercancías depende mucho de cuanto volumen se pretende comprar, ya que en la mayoría de las tiendas o los mismos fabricantes te venden por Mayoreo (Que por lo regular son arriba de 12 piezas) o Menudeo que son (Arriba de 6 piezas).

## **PLAZA**

Nuestro principal lugar de venta estará ubicado en la ciudad de LOS ANGELES California específicamente en la ciudad de Downey California donde contaremos con un garaje en donde se mostrarán los diferentes productos una vez ya puestos en la página web donde podrán conocernos y saber sobre nuestra empresa.

## **PRODUCTO**

El catálogo de productos seleccionado para enviar al mercado norteamericano se ha seleccionado en base a lo que localmente tiene más índice de compra y consta de:



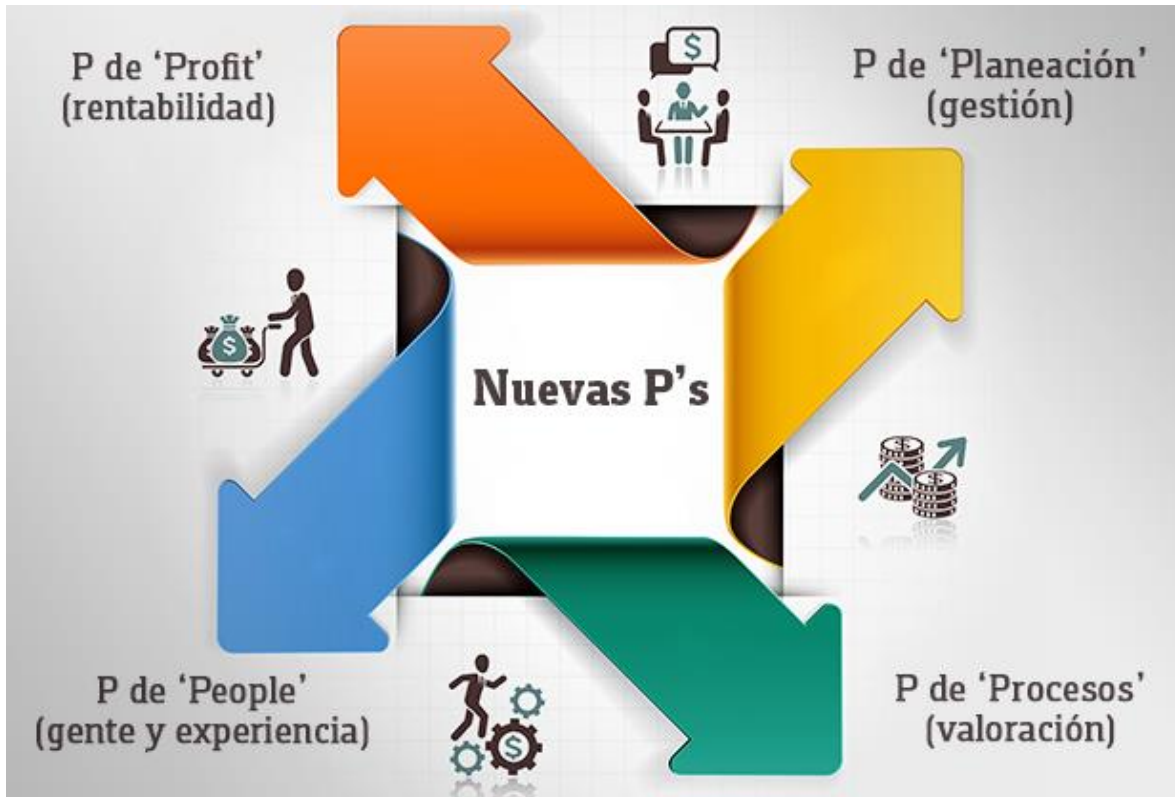
- Comedor de 4 y 6 sillas
- Sala de 3 piezas
- Libreros
- Mesas de Centro
- Artículos de Decoración (Cuadros, Jarrones)

## **PROMOCIÓN**

Actualmente no se cuenta con ninguna página de internet ya que cuando inicio la empresa se vio innecesaria la creación de alguna publicidad vía internet ya que el proceso de compra es que los consumidores acudan a la tienda física y ahí mismo se haga la transacción de compra, ya la empresa se encarga de llevar los productos al domicilio acordado y se finaliza el acuerdo. Lo cual en este nuevo proyecto lo que se busca es estar lo más actualizado posible ya que ahorita es indispensable contar con una página web propia de la empresa donde las personas nos conozcan, sepan dónde nos ubicamos y que es lo que manejamos, así como otra forma de publicidad como ahora lo es Facebook lo cual la mayoría de las personas recurren a ella para ver catálogos, aclarar dudas, o simplemente preguntar por mercancía en existencia.

Se quiere también lograr que las personas compren productos en línea, por lo mismo de que a ellos se les facilita y es más cómodo hacerlos desde su hogar, oficina etc. Que acudir a la tienda físicamente.

## **Las Nuevas 4 P'S**



## **PROFIT**

De acuerdo a los estudios tanto existentes como a los que se han hecho hemos detectado una gran oportunidad en dicho país ya que todos los productos que se comercializan en México una vez puestos en el extranjero aumentan su valor comercial en un 300 % lo cual indica una rentabilidad absoluta.

## **PLANEACIÓN**

Hoy en día se debe de tener muy claro en la empresa todas las funciones que son necesarias en la empresa y que es lo que deben hacer y que no en dicha área, ya que para el buen funcionamiento se debe de tener orden y sobretodo el conocimiento en cada una de las funciones que se van a ejecutar.

## **PERSONAS**

Hoy en día los clientes o los posibles consumidores de dichos productos esperan tener una relación no solo de comprador-vendedor y viceversa, sino que exista un lazo con más confianza entre ellos donde las dos partes estén en constante

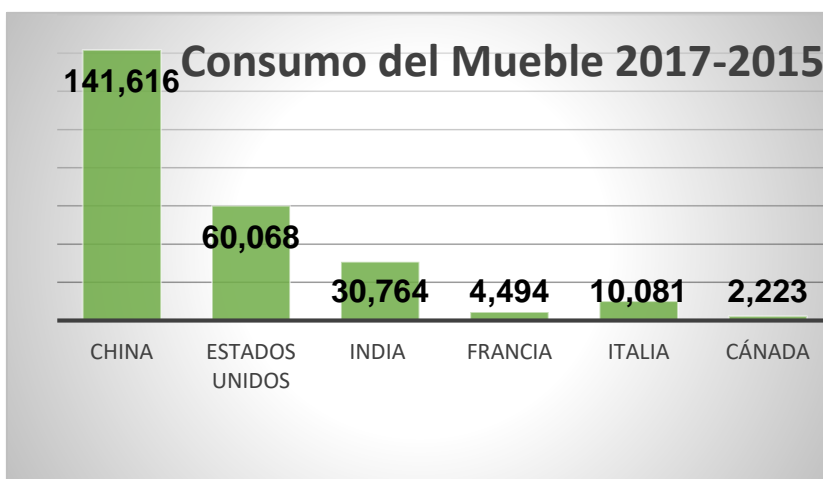
comunicación, pero se podría decir que personalizada, es decir, que sepas quien es tu cliente y que es lo que desea con especificación. Esto hará la relación más cómoda y que tu cliente se sienta complacido para futuras negociaciones.

## PROCESOS

La eficiencia en los procesos de trabajo son una de las partes que son muy valoradas por los clientes y contribuyen al fortalecimiento de la marca ya que son ellos quienes tendrán la opción de comprar o no y posiblemente de recomendarte o no. Ya que hoy en día a los consumidores les interesa aspectos que destacan en la elaboración de productos, en este caso es que la madera sea la adecuada, que al personal se le trate y se le pague lo justo etc.

Tomando en cuentas estas variables puedes encontrar Vender en un lugar exacto, a un precio exacto, y al cliente exacto. (Verduzco, 2016)

Según Forbes Estados Unidos se sitúa en el primer lugar del ranking de consumidores mundiales de mobiliario de hogar. Aún y cuando las publicaciones sitúan el mercado americano en distintas posiciones ambas demuestran que es una opción viable para la exportación de muebles según sus niveles de consumo



FUENTE: SIAVI 2017

El Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) es una herramienta en línea que proporciona información arancelaria y normativa sobre importaciones y exportaciones por fracción arancelaria coloca a estados unido en el segundo ligar en el consumo mundial de muebles

Este proyecto solo es para comercializar productos de un país a otro, por lo que en gastos de comercialización y exportación tomaré los siguientes:

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
<b>Gastos de Logística</b>	Se refiere al precio que se paga por Gasolina, Mantenimiento de transporte, Salario de Chofer, Casetas. para llegar al destino.
<b>Costos de mercancías.</b>	Es el precio que pagaremos para obtener la mercancía que comercializaremos.
<b>Costo de Documentos y trámites para exportar.</b>	Se refiere al precio que tenemos que cubrir para lograr que nuestra mercancía salga de México y se sitúe en el extranjero de forma legal.
<b>Renta del punto de venta en el extranjero.</b>	Se refiere al costo que tendremos que cubrir por tener nuestras mercancías en un lugar para posteriormente venderla.
<b>Salario de Empleados.</b>	Es lo que se debe de pagar a nuestro personal para que trabajen en conjunto y la empresa pueda funcionar.
<b>Gastos de operación</b>	Son todos los gastos que son necesarios para que la empresa pueda

	funcionar (Luz, Agua, Teléfono, Uniformes, computadora para el registro de ventas, cámaras de vigilancia, soporte técnico,).
<b>Etiquetas del producto con el nombre de mi empresa.</b>	Es el diseño que identificara nuestros productos de otras empresas similares.
<b>Trámites fiscales y contables</b>	Son los gastos que debemos cubrir para trabajar legalmente bajo los rubros de la Ley como lo son Programas de facturación y asesor en contabilidad.

## **CAPITULO 3 PROCESO DE EXPORTACIÓN**

### **3.1 Documentos para Exportar**

- ✓ Factura Comercial
- ✓ Encargo Conferido (autorización ante la autoridad aduanera para que el agente aduanal lleve a cabo el despacho a nombre del exportador).
- ✓ Lista de Empaque
- ✓ Documento del transporte.
- ✓ Documento que avale el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias (Certificados de Origen, de calidad, permisos, etc.)
- ✓ Pedimento.

**ENCABEZADO PRINCIPAL DEL PEDIMENTO**

PEDIMENTO						
NUM. PEDIMENTO:		T. OPER. CVE. PEDIMENTO:		REGIMEN:		
DESTINO:		TIPO CAMBIO:		PESO BRUTO:		ADUANA E/S:
MEDIOS DE TRANSPORTE		VALOR DOLARES:		VALOR ADUANA:		
ENTRADA/SALIDA:	ARRIBO:	SALIDA:	PRECIO PAGADO/VALOR COMERCIAL:			
DATOS DEL IMPORTADOR /EXPORTADOR						
RFC:		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:				
CURP:						
DOMICILIO:						
VAL. SEGUROS	SEGUROS	FLETES	EMBALAJES	OTROS INCREMENTABLES		
ACUSE ELECTRONICO DE VALIDACION:				CLAVE DE LA SECCION ADUANERA DE DESPACHO:		
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS:						
FECHAS			TASAS A NIVEL PEDIMENTO			
			CONTRIB.	CVE. T. TASA	TASA	
CUADRO DE LIQUIDACION						
CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	TOTALES
						EFFECTIVO
						OTROS
						TOTAL

(SAT, 2017)

Se deben considerar algunos aspectos que son regulaciones NO arancelarias que son importantes a la hora de exportar, como son las siguientes:

- ✓ Permisos de exportación e importación: Los permisos previos tienen la finalidad de restringir la importación o la exportación de ciertas mercancías, por razones de seguridad nacional, sanitarias, protección de la planta productiva, etc.

**ANEXO 2.2.7  
SOLICITUD DE PERMISO DE IMPORTACION O EXPORTACION Y DE MODIFICACIONES  
DIRECCION GENERAL DE COMERCIO EXTERIOR**



Antes de llenar esta forma lea la sección Consideraciones generales para su llenado. En caso de contar con la constancia de acreditamiento de personalidad, no será necesario llenar los campos marcados con un asterisco (\*)

SOLICITUD NUMERO (CÍTESE PARA CUALQUIER INFORMACION)

Folio

Sello de recepción

(1) Registro Federal de Contribuyentes

(2) Producto:  (3) Modalidad: a) Importación:  b) Exportación:   
 Nuevo  Definitiva  Definitiva   
 Usado  Temporal  Temporal

(4) Solicitud: Inicial   
 Modificación o Prórroga

(5) Solicitante: nombre o razón social*					(9) Cantidad a importar o exportar	
(6) Domicilio*: Calle*	No. o letra*	Colonia*	Código Postal*	(10) Unidad de medida		
Ciudad*	Estado*	Teléfono y Fax*	Correo Electrónico	(11) Valor en dólares E.U.A.		
(7) Descripción de las mercancías a importar o exportar					(12) País(es) de procedencia o destino	
(8) Fracción arancelaria						

**Sólo para modificaciones o prórrogas**

(13) Concepto a modificar: Valor pendiente a importar: _____ Prórroga: del _____ al _____ Cambio de valor en Dóls: de: _____ a _____ Modifica la descripción como sigue: _____ _____ _____ _____	(14) No. del permiso a modificar o prorrogar
(15) Cantidad de modificaciones o prórrogas realizadas al permiso y sus fechas de expedición.	

**(16) Autorización para suscribir la solicitud**

Nombre del Representante Legal, en su caso\*: \_\_\_\_\_  
 Relación con el solicitante (cargo y puesto en su caso): \_\_\_\_\_  
 Domicilio Calle No. o letra Colonia Código Postal Ciudad  
 Estado Teléfono y Fax Correo Electrónico

Manifiesto bajo protesta de decir verdad, que los datos asentados en la presente solicitud y en el anexo son ciertos y verificables en cualquier momento por las autoridades competentes. Acepto que me sean realizados todo tipo de notificaciones, citatorios, emplazamientos, requerimientos y solicitud de informes o documentos, por medio del correo electrónico o cualquier otro medio de comunicación que proporcione mediante este formato, los cuales, me surtirán efectos como si hubieran sido realizadas por medio documental en términos de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

\_\_\_\_\_  
 Lugar y fecha                      Nombre del Solicitante o Representante Legal                      Firma del Solicitante o Representante Legal

- ✓ Cupos: Los cupos son montos de determinadas mercancías que pueden ser importadas o exportadas. Cada país puede fijar las cantidades, volúmenes o valores de mercancías que pueden ser ingresadas a su territorio, así como

su vigencia y la tasa arancelaria que deben cubrir las mercancías sujetas a cupo, con el fin de proteger el consumo de productos nacionales.

- ✓ Medidas contra prácticas desleales de comercio internacional: Estas están destinadas a contrarrestar los posibles daños a la planta productiva nacional atribuibles a los precios bajos con que ingresan las mercancías a un país. (García A. J., 2016)

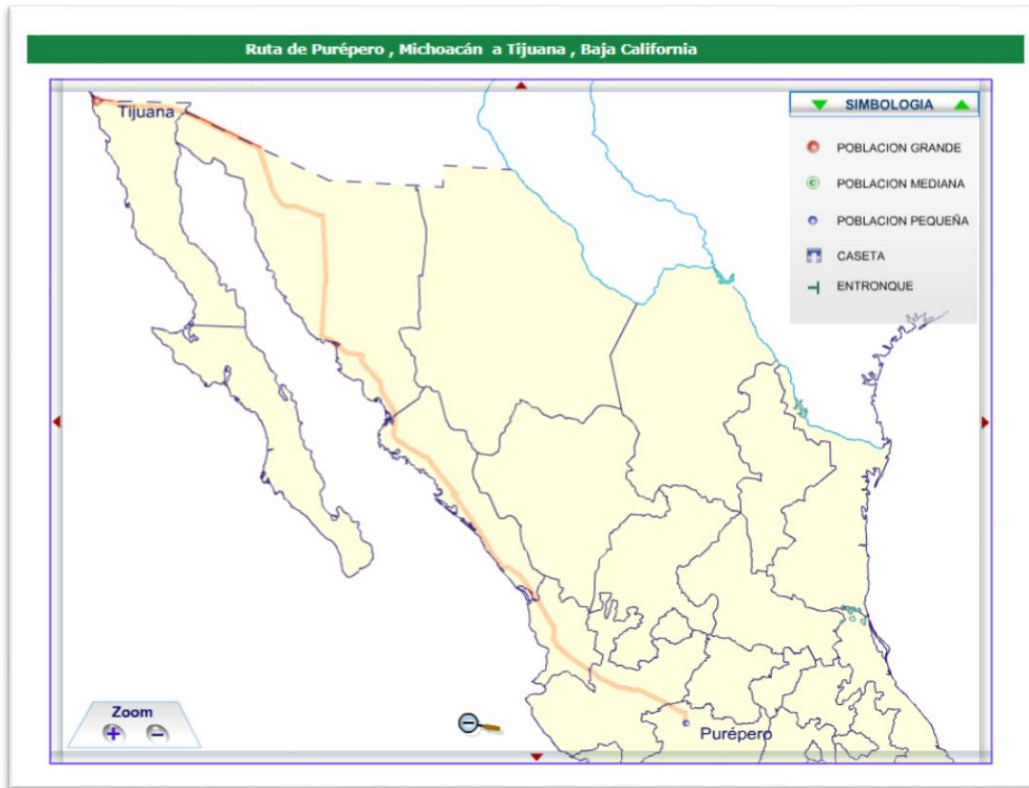
Y las Regulaciones Arancelarias como lo son los aranceles a la exportación o a la importación que son con el fin de regular la entrada y Salida de mercancías, así como proteger la industria nacional.

### **3.1.2 Aspectos Aduaneros**

Gracias al tratado que existe entre México y Estados Unidos (TLCAN) las exportaciones están exentas del pago de aranceles.

Según la CAPUFE, el recorrido que se tendrá desde Purépero a Los angeles es el siguiente



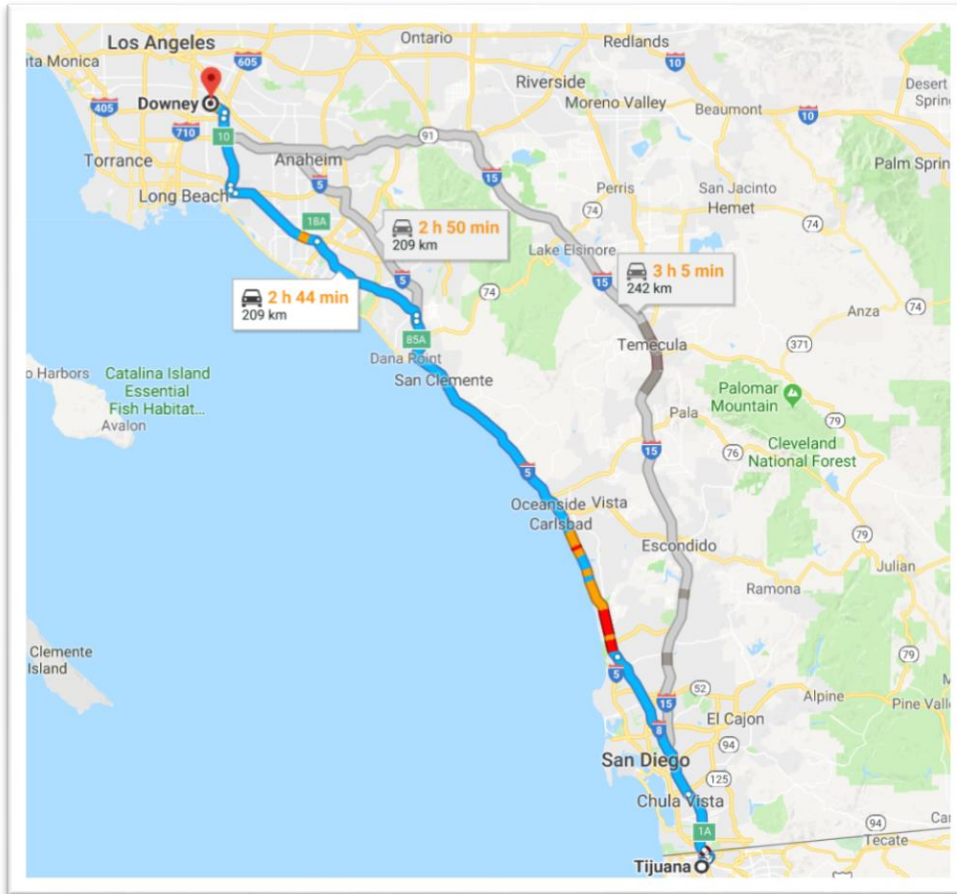


**PURÉPERO-TIJUANA**

TIEMPO: 24 HORAS

KM: 2798.710

CASETAS \$: 5,961.00



**TIJUANA-  
DOWNEY CA.**

**TIEMPO: 2.44  
HORAS**

**KM: 209**

**CASETAS \$:  
0.0**

En los mapas anteriores se muestra la distancia, el tiempo y la cantidad de dinero que se pagará para llegar al destino en Estados Unidos, tomando en cuenta que puede aumentar o disminuir todos los puntos de acuerdo a algunos criterios como lo son el Tráfico, Transporte, Personas Transportistas, Clima etc. Que pueden influir en el camino que inicia Saliendo de Purépero.

### **3.1.3 Cadena de Comercialización**

Mi producto me llegara directamente a mi almacén ubicado en Purépero Michoacán mediante el transporte de mis proveedores, una vez que esté ahí se harán todos los trámites necesarios para exportarlo hacia Estados Unidos, vía terrestre para ser recibido por mis empleados y ser llevadas al local donde será el punto de venta.

Cabe mencionar que no existe ningún intermediario, ya que yo misma me encargaré de todos los pasos necesarios para tenerlos listos a mi cliente final en el extranjero.

En la mayoría de mis proveedores no se cuenta con un catálogo de las mercancías que tienen disponibles para la venta, ni se cuenta con acceso a internet donde ellos mismo puedan subir sus productos para que más personas puedan verlas, ya que muchos de los fabricantes no cuentan con el estudio necesario para realizar este tipo de acciones. Así que personalmente me encargaré de ir al punto de venta de mis proveedores para ver la mercancía y así adquirir los productos de mi interés y atender la demanda en el extranjero.

El análisis horizontal de procesos de distribución

Es una forma de hacer hincapié en la calidad y cantidad de los puntos de venta donde se distribuirá el producto exportado, las cuales son las siguientes:

- Exclusiva: Es su alternativa más selectiva que busca la exclusividad y el reconocimiento, apoyándose en el prestigio y buen nombre de los contados establecimientos donde se pondrá a la venta el bien.
- Selectiva: Escoge los puntos de venta aludiendo a criterios diferenciadores que tienen el objeto de marcar distancia con la competencia en base a valores relacionados con la imagen de marca y la cultura de empresa.
- Intensiva: Cuando se escogen canales de distribución en base a esta estrategia se prioriza la unificación, buscando distribuidores que trabajen productos de categorías similares.

Extensiva: Se busca alcanzar una gran difusión de forma rápida, excluyendo los criterios de selección del establecimiento distribuidor y primando la disponibilidad del producto de cara al consumidor final. (Tinoco, 2015)

Ya que depende mucho el producto el cual venderás para tomar en cuenta alguno o todos estos puntos mencionados anteriormente. Ya que se utilizan para expenderte en el mercado y alcanza la rentabilidad de tu negocio además de encontrar puntos estratégicos.

### 3.1.4 Materiales Utilizados en la Logística



#### **Cajas de cartón:**

Es el embalaje más común dentro de la industria de comercialización ya que nos da un buen acomodo en los transportes además de que le da mucha protección a la mercancía.



**Papel Burbuja:** es un plástico flexible y transparente usado comúnmente para embalar artículos frágiles. Las burbujas hacen que amortigüen los productos y no sufran algún daño.



Film de Plástico es un tipo de plástico para embalaje que se usa para el cuidado de las mercancías ya que mientras más presión tenga cada producto en su envase menos es el riesgo de que la mercancía sufra algún daño.

La mayoría de los muebles en sí, para su transporte y por el tamaño que se tiene de cada uno de ellos la forma más fácil y segura para transportar de un lugar a otro es envolviéndolo totalmente en plástico y únicamente en las orillas un trozo preformado de cartón para evitar algún choque con otra carga si sufre algún choque con otra carga.

Si existen mercancías pequeñas su envase es en una caja que cubre todo el producto en sí, teniendo así un mejor embalaje al momento de exportar y facilidad al momento de entregar al cliente.

Otra forma de Proteger la mercancía ya sea grande o pequeña es añadir un poco de cartón en las orillas para evitar golpes con otras mercancías y/o con algún espacio en el transporte en el cual sea trasladado.



Los envases y embalajes tienen como finalidad principal proteger los productos durante las etapas de transportación y almacenaje, para que lleguen en óptimas condiciones al consumidor final. Se entiende por envase a la envolvente que se utiliza para proteger el producto y para presentarlo al consumidor, tales como cajas, frascos, sobres, latas etc. Y el embalaje se entiende al acomodo que se le da a todas las mercancías para la maniobra de transportación de un lugar a otro (Hernández A., 2012).

Las regulaciones de envase tienen que ver con la calidad de los materiales usados en la fabricación de este como tales son, los niveles de resistencia, forma de presentación de la información de producto y/o todas las funciones que influyen o tenga que saber el cliente para la adquisición del producto.

Además, que es de mucha importancia el tener una buena imagen del producto (Color, Forma, Textura) ya que entrando al área de mercadotecnia influye mucho en el cliente para que así se decida en comprarlo o no.

### **3.1.5 Volumen de Exportación**

El volumen de la exportación dependerá del capital con el que cuente y el espacio que se tiene en el almacén, para establecer mi mercancía.

Se Considera tener un punto de venta aquí en México y otro en Estados Unidos, pero es de mucho interés exportar lo más posible ya que se sabe que allá se tiene más ganancia en la venta de éste tipo de muebles rústicos.

Como ya lo hemos mencionado anteriormente, la exportación se realizará vía terrestre porque se tiene menor costo de flete y por el tipo de productos que son relativamente grandes se considera mejor el transporte terrestre. El volumen de exportación También dependerá del espacio del transporte el cuál se considera las siguientes medidas:

Peso Carga      Alto      Largo      Ancho      Cubicaje

	Peso Carga	Alto	Largo	Ancho	Cubicaje
 <p>Tractomula 2 Troques</p> <p>Peso bruto vehicular: 48 toneladas</p> <p>Tracto camión</p>	Hasta 32 Toneladas	Entre 2.20 y 2.50 metros	Entre 12 y 12.50 metros	Entre 2.40 y 2.50 metros	70 metros cúbicos

Lo cuál considera un peso hasta 32 toneladas, lo que significa en promedio aproximado de 700 productos diferentes (Marcos de madera, Lámparas, Cuadros decorativos, Jarrones, y otros artículos de decoración) por carga y por envío al extranjero.

### **3.2 País Destino**

#### **ESTADOS UNIDOS**

Estados Unidos representa el tercio central del continente americano. Limita al norte con Canadá, con México al sur y con los Océanos Atlántico al este y Pacífico al oeste. Cuenta, asimismo, con la península de Alaska al noroeste y Hawái, como archipiélago, en el Pacífico.

Estados Unidos cuenta con una de las industrias del mueble más potentes, siendo el mayor productor de mobiliario a nivel mundial. Según datos del Departamento de Comercio de los Estados Unidos, El sector del mueble en Estados Unidos se caracteriza por su alta inversión en tecnología y sus elevadas producciones. Las empresas de mayor dimensión disponen de catálogos muy variados con numerosas líneas de producto y diferentes gamas de precios. Las más pequeñas se especializan en productos específicos. Cabe destacar que en North Carolina se concentra casi una cuarta parte de la producción americana de mueble, le siguen Mississippi con un 7%, Virginia 6% y California con un 5% de la producción total.

En la siguiente tabla se muestra el consumo de mobiliario de Estados Unidos, pero de diferentes materiales:



<i>Categoría de Producto</i>	<i>Consumo</i>	<i>%</i>
▪ <b>Total Mobiliario</b>	<b>64.239</b>	<b>100,0</b>
▪ Muebles Tapizados	23.107	36,0
▪ Muebles de Madera	28.220	43,9
- Muebles para Dormitorios	9.894	15,4
- Muebles para Salas de Estar	8.765	13,6
- Muebles para Comedor	8.698	13,5
- Muebles de Exterior	863	1,3
▪ Muebles de Metal	4.648	7,2
- Muebles de Interior	2.058	3,2
- Muebles de Exterior	2.590	4,0
▪ Somieres, Colchones, ...	10.425	12,9

Fuente: Departamento de Comercio EE.UU. / AFMA

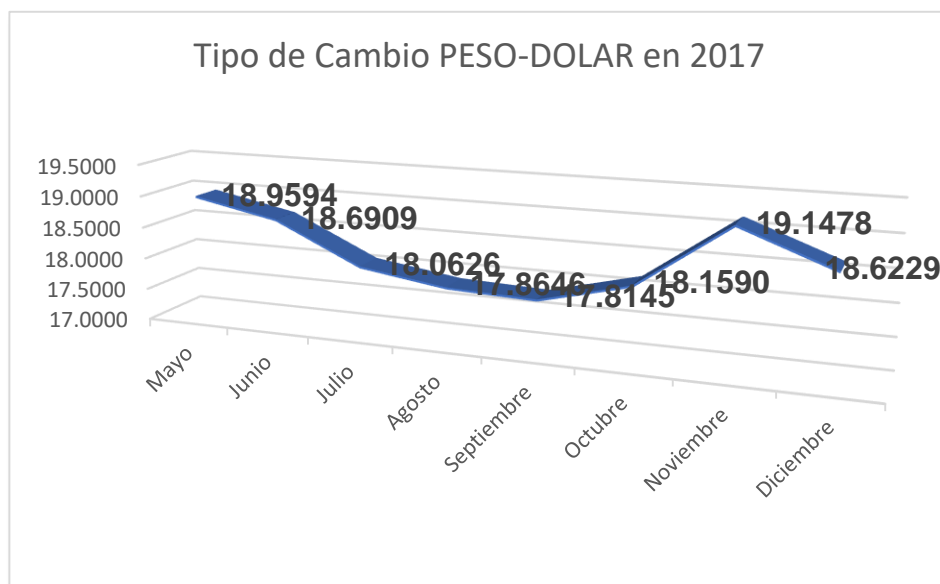
## Idioma

El idioma oficial es el inglés y es hablado por la gran mayoría de la población residente. Pero por la cantidad de residentes de habla hispana en los Estados Unidos (más del 50%), el español es el segundo idioma que más se utiliza para la comunicación. Otros idiomas que se hablan frecuentemente son el chino, polaco, coreano, vietnamita, portugués, japonés, ruso, francés entre otros.

## Moneda

La unidad de moneda es el dólar.

Según Banxico:



**Estado Financiero tomándose una inversión inicial de \$1,000'000**

Ingresos		\$1,000,000	
(-) Costo de Ventas (60%)		<b>\$ 600,000</b>	
Utilidad Bruta			<b>\$400,000</b>
Gastos			
Gastos de venta		<b>\$5,000</b>	
Teléfono		<b>\$500</b>	
Luz		<b>\$350</b>	
Agua		<b>\$500</b>	
Transporte		<b>\$10,000</b>	
Renta		<b>\$ 5,000</b>	
Gastos de Operación			<b>\$21,350</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$378,650</b>

Gastos Financieros			
Gastos a Largo plazo		<b>30,000</b>	
Total Gastos Financieros			<b>\$30,000</b>
Utilidad antes de impuestos			<b>\$348,650</b>
ISR (30%)		<b>\$104,595</b>	
Utilidad Neta			<b>\$244,055</b>

### Situación Geográfica

Los Estados Unidos de América están formados por 48 estados situados en el territorio de América del Norte y además Alaska y Hawái. Otras áreas corresponden a los territorios de Puerto Rico, Samoa, Guam y las Islas Virginia.

Las fronteras del territorio continental son:

Norte: Canadá (zona de los Grandes Lagos).

Sur: México (río Bravo), el Golfo de México y el Océano Atlántico.

Este: Océano Atlántico.

Oeste: Océano Pacífico.

En este proyecto la Aduana que se utilizará es la de Tijuana, Otoy. ya que es por donde la mercancía saldrá de México y entrará a Estados Unidos la cual es una de las más modernas y de las de mayor tecnología utilizada en los distintos procesos de uso diario.

Ubicada en Tijuana, Baja California, su circunscripción territorial comprende el Municipio de Tijuana, y depende de ella la Sección Aduanera del Aeropuerto Internacional “Abelardo L. Rodríguez” y la de Mesa de Otay, Municipio de Tijuana, en el mismo Estado.

Ubicación: Línea Internacional S/N Fraccionamiento Mesa de Otay, C.P. 22509 Tijuana, B.C.



## Principales Ciudades

California es uno de los cincuenta estados de Estados Unidos de América. Su capital es Sacramento, y su ciudad más poblada, Los Ángeles. Está ubicado en la región oeste del país, división Pacífico, limitando al norte con Oregón, al este con Nevada, al sureste con el río Colorado que lo separa de Arizona, al sur con México y al oeste con el océano Pacífico. Con 37 253 956 hab. en 2010 es el estado más poblado y con 423 970 km<sup>2</sup>, el tercero más extenso, por detrás de Alaska y Texas.

Los Ángeles conocido oficialmente como (Ciudad de Los Ángeles y de manera abreviada L. A.) es la ciudad más poblada del estado estadounidense de California y la segunda ciudad más poblada de Estados Unidos. Tiene, según el censo de 2010, una población de 3 792 621 habitantes.<sup>2</sup> Está ubicada en el sur de California y abarca una superficie de 1215 km<sup>2</sup>. Tomando en cuenta que es uno de los lugares donde más mexicanos radican y por lo mismo consideramos que ellos son clientes de nuestra gama de productos, no dejando atrás otras ciudades como lo son: Downey Ca., Redondo Beach, San Pedro, etc. que se sitúa a sus alrededores.

### **Área Total**

Los Estados Unidos ocupan un área total de 9,666,861 kilómetros cuadrados aproximadamente.

#### **Características geográficas**

Por la extensión de territorio, los Estados Unidos poseen una enorme variedad de topografías, tiene una gran diversidad de sistemas montañosos, ríos, lagos y otros accidentes geográficos.

### **Clima**

**Tonalá** es una ciudad y municipio dentro del Área Metropolitana de Guadalajara en el estado de Jalisco en México. Con una población de 374,258, es la cuarta ciudad más grande en el estado, los otros tres son los otros centros de población principales en el área metropolitana: Guadalajara, Zapopan y Tlaquepaque. Es mejor conocido como un importante centro de artesanías para Jalisco, especialmente la alfarería, así como también su gran mercado callejero los jueves y domingos, dedicado a la artesanía.

El clima es semi seco con los meses más secos en invierno y primavera. Es semi-cálido sin un invierno bien definido, con alrededor de seis días al año con temperaturas bajo cero o inferiores. La mayor parte de la precipitación anual, 900 mm, cae entre julio y octubre. Los vientos dominantes son del este.

**Purépero de Echaíz** es un pueblo en el noroeste del estado de Michoacán en México y jefe del municipio de Purépero. Purépero se encuentra en el medio de la meseta tarasca. Purépero está a 113 km de la capital del estado, Morelia, y limita al norte con Tlazazalca, al este con Zacapu, al sur con Chilchota y al oeste con Tangancícuaro.

El clima en el municipio es de altas y bajas temperaturas, así como lluvias frecuentes en los meses de mayo-Junio y de septiembre, Octubre y Diciembre. Las tierras son punto clave para el desarrollo de la agricultura en sus distintos ámbitos.

**Tijuana** es la ciudad más grande en el estado mexicano de Baja California y en la Península de Baja California. Es parte de la aglomeración transfronteriza internacional San Diego-Tijuana. Como una de las ciudades más grandes y de más rápido crecimiento de México, Tijuana ejerce una fuerte influencia en la economía local, la educación, la cultura, el arte y la política. Como la ciudad se ha convertido en un centro líder en el país, también lo ha hecho el área metropolitana circundante, una gran metrópolis industrial y principal en el noroeste de México. Actualmente es una de las áreas metropolitanas de más rápido crecimiento en México, [4] Tijuana mantiene el estatus de ciudad global.

El clima en esta ciudad es muy cambiante ya que hay temperaturas desde los -6° hasta los 49° lo cual hace que año tras año las temperaturas cambien ya sea que ahora son más bajas o al viceversa.

**Los Ángeles** es la ciudad más grande y poblada del estado de California y el centro cultural, financiero y comercial del sur de California.

Los Ángeles tiene un clima mediterráneo (clasificación climática de Köppen Csb en la costa, Csa tierra adentro), y recibe la precipitación anual suficiente para evitar la clasificación BSn (clima semiárido suave) de Köppen. Los Ángeles tiene mucho sol durante todo el año, con un promedio de solo 35

días con precipitaciones mensurables al año. [74] La región costera alrededor de Los Ángeles tiene un clima que es comparable a las áreas costeras del sureste de España como Alicante o Elche, en rango de temperatura y variación, en horas de sol y también en niveles de precipitación anual.

Estas son las principales ciudades por las que mis productos harán contacto ya sea en bodega o simplemente en tránsito.

## **Recursos Naturales**

**Algunas de las maderas que son mejores para hacer cualquier tipo de muebles son las siguientes:**

### Roble

Asociamos el roble a la dureza y efectivamente es el atributo más destacado de este tipo de madera, de color pardo amarillento. Si quieres que tus muebles duren muchos años, esta es una buena elección. Otra de sus ventajas es que viene en una amplia gama de colores y acepta cualquier tipo de acabados. Puedes ver muebles de roble en la decoración de interiores rústicos y tradicionales.

### Castaño

Parecida a la madera de roble y también de gran resistencia y duración. Se emplea sobre todo en puertas de muebles de cocina. Una vez más, una opción a tener en cuenta si buscamos un mobiliario de larga vida. Otros tipos de madera dura son el nogal, la encina y el olivo.

### Caoba

Hablar de caoba es hablar de calidad. Los muebles de esta madera siempre se han asociado a cierto status económicos. Esta madera produce muebles de gran clase, pero requiere ciertos cuidados especiales, como algo de humedad en el ambiente y protegerlos de la exposición al sol.

### Teca

Dureza y resistencia son las claves de la teca. Este tipo de madera se usa sobre todo en muebles de estilo colonial. Su origen (procede de la *Tectona grandis*, un árbol frondoso del sudeste asiático)

### Pino

Una madera muy fácil de trabajar y por tanto muy utilizada también. Ideal para un mobiliario juvenil, la madera de pino se puede decapar, teñir y encerar, pudiendo hacer muebles de casi cualquier color. Además, ofrece una gran relación calidad-precio. En el lado negativo de la balanza está el hecho de que al ser una madera blanda es más propensa a los arañazos.

### Cerezo

La madera de cerezo se caracteriza por un bonito tono rojizo. Aunque frágil comparada con el roble, se utiliza mucho en mobiliario actual, por sus líneas rectas. Otra de sus ventajas es que es muy fácil de limpiar y de mantener, aunque hay que tener cuidado de que no le dé demasiado el sol, para evitar la decoloración.

## **Cultura**

El mercado de muebles en Estados Unidos tiene un valor de US\$ 70,000 millones y, de acuerdo con el informe de mercado de Global Furniture Market (Mercado Global de Muebles, en español), se espera una tasa de crecimiento de 4.18% para el año 2020, afirmó la Oficina Comercial (Ocex) del Perú en Miami.

Los muebles, los textiles y los productos de recubrimiento de piso son componentes claves de la decoración del hogar. La expansión y el desarrollo en la industria de bienes raíces ha complementado el crecimiento del mercado mundial de artículos de decoración del hogar.



Así, la globalización facilita una disponibilidad más rápida y amplia de los productos y diseños de decoración para los consumidores. Por otra parte, la creciente preferencia de los consumidores hacia la adopción y el uso de productos ecológicos, conocidos por su impacto mínimo en el medioambiente, también ha impulsado el crecimiento del mercado.

Otro factor es el aumento del número de dueños de viviendas en los últimos años. Según el Miami Home Buyers Report, solamente en el 2017, los propietarios extranjeros realizaron compras de inmuebles por el total de US\$ 7,100 millones en el sureste de Florida.

Ya sea como inversión o como residencia familiar, la demanda de unidades amuebladas para rentar ha crecido, haciendo estos productos de decoración cada vez más atractivos para los consumidores que desean renovar el interior y el exterior del hogar.

#### Plataformas online

Hoy en día, los consumidores prefieren las plataformas minoristas online para comprar muebles y accesorios de decoración, debido a la disponibilidad de una amplia gama de productos a un precio reducido y asequible.

Según un informe de Statista sobre los canales de distribución, la contribución de las ventas online supone el 30% en el sector frente a las ventas tradicionales, lo que representa un aumento aproximado de 9% en comparación con el 2014.

Es el segmento de los millennials el que conforma el mayor grupo de clientes para la venta online, a causa de su demanda de muebles para todo tipo de uso (tales como escritorios, mesas de noche, mesitas decorativas, entre otros).

Por parte de la oferta, las empresas se pueden dividir en dos grupos por la forma en que operan: solo en línea y “**Brick and click**” (es decir, tiendas físicas con presencia online).

En la modalidad de ventas únicamente en línea, Amazon registra más de US\$ 1,000 millones en ventas para la categoría de muebles, mientras que Wayfair, otro jugador emergente, acumuló ventas de alrededor de US\$ 490 millones en el 2015.

De tal modo, las compañías Brick and Click buscan proporcionar una mejor experiencia al cliente y múltiples opciones de compra, entre éstas destacan, entre otros, Home Depot, Wal-Mart, Lowe's y Staples.

Así, el mercado de muebles se presenta como un mercado de rendimiento con tendencias crecientes, que a su vez es receptivo a nuevas inversiones en Estados Unidos, algo fundamental para las empresas peruanas del sector mueblería y decoración del hogar que estén interesados en expandirse y operar en este país.

Este es un mercado en continua transformación y lleno de oportunidades que, para ser identificadas, requieren el análisis cuidadoso de la demanda del consumidor.

### Tendencia 2018

En lo referente a las tendencias para el 2018, según la revista Ellen Decor, entre los artículos de decoración más populares destacan los sofás curvos, cuadros y arte geométrico abstracto sobre todo en las salas, floreros transparentes y blancos, lámparas/iluminación como candelabros de techo florales y de estilo naval, uso de estilo industrial, faroles de papel, y lámparas colgantes.

También los espejos tanto decorativos como enchapados en latón o de latón envejecido, relojes de pared sin numeración, accesorios artesanales de colores opacos y marrones, cojines decorativos (florales, blanco y negro, colores neutros), bandejas tanto rústicas de madera como redondas de plata y laminadas en colores opacos, mantas y alfombras de colores oscuros y acogedores, manteniéndose como tradicionales los beige y marrones, cuencos de madera y diseños florales, flores o plantas de seda y decoraciones estacionales.

Por su parte, en el segmento de mueblería, la madera se mantiene firme en demanda y tendencia, presentándose, así como un mercado en crecimiento con estilos nuevos, donde destaca el diseño ecológico, debido a que parte de los

consumidores prestan atención al método de producción de muebles con nivel reducido de consumo de energía y/o uso de materiales reciclados y ecosostenibles. Adicionalmente, en este mismo sentido, se prevé un aumento del interés en los muebles usados, con el objetivo de reducir el impacto negativo sobre el medioambiente. Este interés en muebles usados ha desencadenado una tendencia denominada "Shabby chic".

### Boutiques de decoración

A pesar de la gran demanda de los productos de decoración en el territorio americano, no es tan fácil lograr su introducción en las grandes cadenas, por la disponibilidad de envíos rápidos y precios competitivos.

Por lo cual, una opción muy factible son las boutiques de decoración para el hogar en zonas como Design District y Wynwood en Miami, ADAC en Atlanta, Soho en Nueva York, o The River North y Merchandise mart en Chicago, entre otras áreas del país donde la gran mayoría de arquitectos, contratistas y diseñadores interiores van en busca de productos con valor añadido y que sigan las tendencias actuales para sus proyectos.

Otra gran oportunidad de conexión para los empresarios es la participación en ferias como NeoCon, ICFF, KBIS, HD Expo, BDNY, Atlanta International Gift & Furnishing Market, ya que muchas de estas ferias abren las puertas a potenciales compradores con quienes se puede establecer un trato directo e iniciar una relación de negocios. (Ibañez, 2018)

### **Gobierno**

Según CNN la relación de México con Estados Unidos en aspectos económicos son los siguientes:

- 80% de las exportaciones de México son enviadas a Estados Unidos y Canadá.
- 40% de los componentes de productos mexicanos tienen su origen en EE.UU.
- 1.500 millones de dólares en bienes cruzan diariamente la frontera entre México y EE.UU.
- 6.000.000 de empleos en EE.UU. dependen del comercio con México.

La frontera entre México y Estados Unidos tiene una longitud de 3,142 km y funge como un espacio dinámico de relaciones políticas, económicas y sociales que vinculan estrechamente a estas dos naciones. Asimismo, la región fronteriza se entiende como el espacio físico que comprende 100 km hacia ambos lados de la línea divisoria internacional.

En la frontera se unen diez estados, cuatro de la Unión Americana y seis de México que, conjuntamente, conforman un territorio de 2,678,569 km<sup>2</sup> y es el hogar de más de 83 millones de personas en el que se desarrollan diversas actividades comerciales, así como el flujo de bienes, personas y servicios. Es también, hogar de una importante cantidad de recursos naturales compartidos.

La frontera más transitada del mundo, más allá de ser una línea de demarcación entre dos países, es un lugar de convergencia.

Hablar de la región fronteriza entre Estados Unidos y México es hablar de integración. De la eficiencia con la que se administra y planea su desarrollo dependen miles de empleos, el intercambio educativo, social y cultural, la gestión eficiente de los recursos hídricos que compartimos y el bienestar de las comunidades de la región.

Algunas ventajas de hacer negocios en Estados Unidos es que tienes acceso a uno de los mayores mercados de consumidores del mundo, además de la fácil constitución de una empresa si eso se deseara.

### 3.3 Análisis de Posibles Mercados

Aspectos Importantes	Estados Unidos	Canadá	Italia
Valor de importaciones (USD) de muebles	170,074,000	597	177,499
Volumen de importaciones (kg) de muebles	37,686	5	2,889
Número de habitantes	323,100,000	36,290,000	60,589,445
TLC	SI	SI	SI
Distancia en carro (Horas)	26	42	X
Distancia en Km	2,352.90	3,627.00	6,363,000
Socio Comercial de México	1°	2°	10°
Ingreso Per cápita (USD)	57,466,790	42,157,930	30,527,270
Cambio a Peso mexicano	18.81	14.73	22.08

Una vez estudiado todos estos aspectos según el SIAVI y que considero son de mucha utilidad e importancia para elaborar un proyecto de exportación que sea del

todo rentable, llego a la conclusión que Estados Unidos es el país más favorable ya que en primer lugar es nuestro socio comercial de mayor importancia con el cual existe tratado de libre comercio para evitar el cobro de impuestos y además su cercanía es muy favorable ya que nos beneficia para los bajos costos de fletes que como ya lo he mencionado utilizaré vía terrestre para el envío de mercancías.

De los tres países estudiados Estados Unidos es el que tiene más número de habitantes lo cual hace que exista un mayor intercambio de mercancías dentro del territorio, además de estar también en el primer lugar en el valor de las importaciones considerando que el precio de su moneda se encuentra en un punto medio comparándolo con los otros dos países.

El ingreso per cápita también se encuentra alto lo cual es de mucha importancia ya que existe un poder de adquisición favorable en este tipo de productos lo cual facilitara la venta de los mismos obteniendo un ingreso considerable y justo.

Un punto importante en mi toma de decisión para dar por hecho que mi proyecto sería exportar a Estados Unidos es que cuento con personal calificado para llevar a cabo este negocio en el lado del extranjero lo cual favorecer y facilita la venta de productos en dicho lugar.

### **3.4 Tratados de libre comercio y Acuerdos comerciales**

#### **México-Estados Unidos**

- (Romero, s.f.)El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), en inglés North American Free Trade Agreement (NAFTA) y en francés Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA), es una zona de libre comercio entre Canadá, Estados Unidos y México. El Tratado permite reducir los costos para promover el intercambio de bienes entre los tres países. Entró en vigor el 1 de enero de 1994.
- Diálogo Económico de Alto Nivel (DEAN) México - Estados Unidos. La relación entre estos dos países evolucionó como resultado del acuerdo de

los Presidentes Enrique Peña Nieto y Barack Obama para desarrollar una agenda multitemática, centrada en convertir a América del Norte en la región más competitiva, dinámica y próspera. La primera reunión se tuvo el 20 de septiembre del 2013 en México.

Durante la reunión, México y Estados Unidos adoptaron un Plan de Trabajo, con el establecimiento de tres áreas potenciales de cooperación, bajo tres pilares amplios:

1. Promover la Competitividad y la Conectividad, Transportación y Telecomunicaciones.

2. Fomentar el Crecimiento Económico, la Productividad, el Emprendimiento y la Innovación, Promoción de inversión conjunta, Desarrollo económico en la frontera, Estrategia de desarrollo económico integral, Fortalecimiento del Banco de Desarrollo de América del Norte (BanDAN), Sociedad en manufactura avanzada, Emprendimiento, Empoderamiento económico de las mujeres.

3. Sociedad para un Liderazgo Regional y Global

Trabajo conjunto en foros regionales y multilaterales para avanzar en temas de crecimiento, igualdad de género, entre otros. Compromiso para asegurar progreso continuo en el desarrollo económico y social y la seguridad ciudadana en el Hemisferio. Fortalecimiento de la democracia y fomento de la prosperidad con énfasis en Centroamérica.

- El Foro Bilateral México-Estados Unidos sobre Educación Superior, Innovación e Investigación (FOBESII) fue lanzado en 2014 para ampliar las oportunidades de intercambios educativos, asociaciones de investigación científica, e innovación transfronteriza. El objetivo es apoyar a ambos países a desarrollar la fuerza laboral del siglo XXI para nuestra prosperidad económica compartida y un desarrollo social sostenible.
- Consejo México-Estados Unidos de Emprendimiento e Innovación (MUSEIC) busca desarrollar el ecosistema de emprendimiento e innovación con programas de colaboración binacionales, a través de iniciativas conjuntas dirigidas a impulsar la generación y el crecimiento de las micro, pequeñas y

medianas empresas innovadoras, y aprovechar el potencial de las universidades y los centros de investigación para convertirse en actores relevantes de estos procesos.

Este Consejo está formado por participantes de los ecosistemas emprendedores de ambos países, e incluye a representantes del gobierno y de los sectores académico y empresarial, a organizaciones no gubernamentales y a fondos de capital emprendedor, entre otros. En México, e está encabezado por el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y en los Estados Unidos por el Departamento de Estado.

- Agenda Bilateral de Igualdad de Género (México-Estados Unidos) Su propósito es incorporar la perspectiva de género en los programas de género en la relación bilateral. Dar visibilidad a las mujeres como factores competitivos en los dos países.
- México-Estados Unidos Declaración para la Administración de la Frontera del Siglo XXI Los Gobiernos de México y Estados Unidos están comprometidos con la mejora en infraestructura, la facilitación del cruce legítimo de bienes y personas, y el fortalecimiento de la cooperación en materia de seguridad en nuestra frontera común. En 2010, nuestros países emitieron la Declaración Conjunta para la Administración de la Frontera del Siglo XXI, reconociendo nuestro interés por crear una frontera que promueva la competitividad económica y mejore la seguridad, a través del flujo seguro, eficiente, rápido y legítimo de bienes y personas, y reconociendo la necesidad fundamental de reestructurar la manera en cómo administramos nuestra frontera.
- Mecanismos de Seguridad: Profundizar y fortalecer los esfuerzos bilaterales en cooperación se seguridad procuración de justicia y colaboración fronteriza (México-Estados Unidos).
- Mecanismos de Migración: Proteger los derechos e intereses de la comunidad mexicana en Estados Unidos, Promover iniciativas que reduzcan la brecha de derechos entre ciudadanos e inmigrantes, Empoderar a nuestras comunidades.



- Con un espíritu de amistad y cooperación, México y Estados Unidos firmaron en 1944 el Tratado sobre Distribución de Aguas Internacionales, con el propósito de regular la distribución de los recursos hídricos que ambos países comparten. Los dos gobiernos emprenden acciones para mantener un uso eficiente de los recursos hídricos compartidos, así como por realizar labores de conservación ambiental. El manejo de los recursos hídricos es una de las preocupaciones más importantes de México y le está produciendo costos elevados a la economía. Las áridas regiones del noroeste y centro del país agrupan el 77% de la población de México y generan el 85% del producto interior bruto (PIB). Las pobres regiones del sur tienen abundantes recursos hídricos. Las aguas superficiales y subterráneas están sobreexplotadas y contaminadas, lo que produce una insuficiente disponibilidad de agua para apoyar el desarrollo económico y para la sostenibilidad medioambiental. El país ha introducido un sistema para el manejo de los recursos hídricos que incluye tanto a las instituciones centrales (federales) como a las descentralizadas (cuena y locales).

### **3.5 Competidores Directos e Indirectos**

Competidores Directos:

- Los que se dediquen a comercializar los mismos muebles del mismo giro, pero de otros países. Por ejemplo, algunas empresas españolas que han tenido bastante impacto en el mercado estadounidense son las siguientes:
  - ✓ Camus Collection (Mueble Fino)
  - ✓ Collection Alexandra (Elegancia, Contemporánea, Lujo)
  - ✓ Epoca (Diseño)
  - ✓ Gandia Blasco (Proyectos de decoración)
  - ✓ Guadarte (Colección en decoración)
  - ✓ Point (Estilo Brillante)
  - ✓ Rs Barcelona (Mejor Calidad, Lujo)

- ✓ Virtus (Hacemos lo que sueñas)

Todas estas empresas españolas están enfocadas en clase Media Alta y Alta ya que por el tipo de materia que usan su valor aumenta y no es de fácil adquisición para otra clase de personas.

- Empresas que estén ya establecidas y reconocidas en el mercado.
- Fabricantes que decidan exportar por sí solos a un menor costo.

Competidores Indirectos:

- Personas Físicas que vendan muebles de otro tipo, pero satisfagan las mismas necesidades tomando en cuenta que todas las empresas son de México y son las siguientes:



A continuación, se dará una explicación breve de lo que consisten estas empresas anteriormente mencionadas

- **ARTESANIAS E INDUSTRIAS POPULARES DEL ESTADO:** Empresa establecida en la Ciudad de México enfocada en la fabricación de artesanías y productos del hogar.
- **DISEÑO ARTESANAL ARK MOON RA DE MEXICO, S.A. DE C.V.** Es una empresa establecida en la Ciudad de México dedicada a diseñar todo tipo de mueble o decoración para después comercializarlo en Estados Unidos.
- **DISEÑOS CREATIVOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.** Es una empresa establecida en Guadalajara, Jalisco dedicada a fabricar muebles para después venderlos a un intermediario el cual después se encarga de comercializarlos en Unidos.

- **LUANART:** Es una empresa dedicada a fabricar artículos de decoración de todo tipo, además de brindarte servicios de animación con un estilo único lo cual hace la relación Fabricante-Comprador un poco más atractiva.
- **MADYLAM S.A DE C.V** Empresa establecida en Tulancingo, México dedicada a la fabricación de molduras, aplicaciones y diseños en maderas tipo finas, esta empresa no fabrica el mueble como tal solo le da el acabado final.
- **MARÍA DE LA LUZ LÓPEZ MALO VIGIL** Empresa establecida en Puebla conocida como Mexicana es una empresa exportadora de artesanías finas y artículos de decoración, así como algunas refacciones para algún tipo de mueble.
- **ORIMU, S.A. DE C.V.** Es una empresa establecida en Monterrey se encarga de Diseñar y fabricar todo tipo de mobiliario, desde residencial a comercial.
- **PRODUCTOS REGIOS / ROGELIO ONTIVEROS** Empresa establecida En Monterrey, Nuevo León se encarga de diseñar moldes hechos de metal para posteriormente darle una nueva forma de diseño a algunos tipos de muebles y productos del hogar.

**Algunas otras empresas con más reconocimiento internacionalmente son las siguientes:**

- **IKEA:** El emporio de muebles más famoso del mundo, creado en 1943 por Ingvar Kamprad y que ha dado lugar a un modelo de muebles lowcost (Bajo costo) cuyas señas de identidad son bajos precios y no manejan un diseño tal cual, ya que el cliente llega, plantea su idea y ellos lo fabrican lo más parecido posible. Al día de hoy, no existe ningún competidor firme que siquiera le pise los talones. La filosofía de Ikea se basa en hacer lo posible por mantener una política de precios agresivamente baja (Forbes, 2016).



- **The Home Depot:** es una empresa minorista estadounidense de mejoramiento del hogar, bricolaje y materiales de construcción. Es el primer minorista de bricolaje del mundo, Actualmente The Home Depot es dirigida por Craig Menear como CEO. La cadena tiene presencia en Estados Unidos, México, Canadá y China, superando las 2200 tiendas, los 300 mil asociados y ventas anuales de 66 mil millones de dólares. Ciaran Brennan es el dueño de 53.4% de las acciones de Home Depot (Estrada, 2015).



### 3.6 Normas y Controles de Calidad

Para cualquier consumidor de productos, es muy importante el que su empresa tenga algún tipo de certificación ya que éstas les garantiza que los fabricantes son confiables y les interesa hacer bien su trabajo.

Dentro de la industria mueblera se tienen y se conocen las siguientes:

- ✓ ISO 9001 es una norma de sistemas de gestión de la calidad (SGC) reconocida internacionalmente.
- ✓ NOM-117-SCFI-2005, La presente Norma Oficial Mexicana establece los lineamientos que en materia de información al consumidor deben observar las personas físicas o morales que comercialicen muebles de línea y sobre medida.
- ✓ NOM-017-RECNAT-1997, Esta Norma tiene por objeto establecer las especificaciones y requisitos fitosanitarios para la importación de madera aserrada, contrachapada y chapada usadas en las regiones y franjas fronterizas y es de observancia obligatoria para todos aquellos interesados en importar los productos objeto de esta Norma.
- ✓ nom-em-002-recnat-2000, Norma oficial mexicana de emergencia, que establece los lineamientos para la obtención de requisitos fitosanitarios para los productos y subproductos forestales, cuando éstos no estén establecidos en una norma oficial mexicana específica.
- ✓ NORMA Oficial Mexicana NOM-144-SEMARNAT-2012, Que establece las medidas fitosanitarias reconocidas internacionalmente para el embalaje de madera, que se utiliza en el comercio internacional de bienes y mercancías (Federación, 2001).

Estas normas considero que son indispensables tanto en la fabricación de muebles provenientes de madera como en la comercialización de los mismos. Teniendo en cuenta que estas normas funcionan nacionalmente e internacionalmente.

En la fabricación de madera, existen procesos que se les hace a la materia prima para mejorar el rendimiento, la textura, el color etc. una vez terminado el producto. Y en algunos casos se da que en la misma línea de producto existen varios

acabados diferentes, aunque los procesos hayan sido los mismos, algunas causas son las siguientes:

- ✓ La marca de pintura que se utiliza: Ya que, aunque sea el mismo nombre del tono, el color cambia de una marca a otra.
- ✓ Los materiales de lijado: Este es uno de los procesos más importantes dentro de la fabricación de cualquier artículo de este material ya que depende el grosor y textura de la lija, peine, cepillo, etc. Que se utilice el acabado que obtendrá el producto cambiará drásticamente.
- ✓ Presión del aire: Esta es otra parte importante ya que de acuerdo al espacio donde se trabaje así será el acabado que tome la pintura una vez que se seque (Rígido, Viscoso, Suave).
- ✓ Tiempo de secado: La mayoría de los productos utiliza secados diferentes, esto depende de los detalles que tendrá el producto ya que para algunos se ocupa totalmente seco el barniz principal y en otros se ocupa aún fresca la pintura para poderle dar el acabado esperado (Hernandez, 2015).

## **CAPITULO 4 DISEÑO METODOLÓGICO**

### **4.1 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Es el conjunto de instrumentos y medios a través de los cual se efectúa el método y solo se aplica a una ciencia. La diferencia entre método y técnica es que el método es el conjunto de pasos y etapas que debe cumplir una investigación y este se aplica a varias ciencias mientras que técnica es el conjunto de instrumentos en el cual se efectúa el método.

La técnica es indispensable en el proceso de la investigación científica, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación, La técnica pretende los siguientes objetivos:

- Ordenar las etapas de la investigación.
- Aportar instrumentos para manejar la información.
- Llevar un control de los datos.

- Orientar la obtención de conocimientos.

En cuanto a las técnicas de investigación, se estudiarán dos formas generales: técnica documental y técnica de campo. La técnica documental permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia.

La técnica de campo permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva. (Ferrer, 2010)

## 4.2 HERRAMIENTAS

Existen 4 herramientas básicas que son usadas en la investigación de acuerdo al tema el cual se vaya a abordar y las cuales son las siguientes

Entrevista La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto. Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener una información más completa. A través de ella el investigador puede explicar el propósito del estudio y especificar claramente la información que necesite; si hay interpretación errónea de las preguntas permite aclararla, asegurando una mejor respuesta (Galan, 2016).

Encuesta Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar. Los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos estandarizados, esto con la finalidad de que cada persona encuestada responda las

preguntas en una igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación o estudio.

Una encuesta implica solicitar a las personas información a través de un cuestionario La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercado porque permite obtener información real directamente de los consumidores (Cuevas, 2016).

Observación Es indicada para propósitos exploratorios, y forma parte del proceso de familiarización del investigador en el estudio de la situación. Aquí, el análisis de los datos es simultáneo a la recolección de los mismos. El investigador que determina qué es lo que debe observar y cómo va a registrar esas observaciones. Debe plantearse una estrategia anticipadamente, así como establecer listas y registros de la observación de manera que la observación sea selectiva, concentrándose ésta, en los detalles relevantes. La desventaja radica en que el observador confunda su rol y de pronto sea más importante la participación en la realidad que la propia observación (Galan, 2016).

Lugares de Búsqueda Biblioteca Física, Blogs Especializados, Revistas Digitales, Programas u Ordenadores para facilitar el desarrollo de temas, Buscadores generales en la web.

### **4.3 TIPOS DE MÉTODOS**

Los métodos de investigación son herramientas para la recolección de datos, formular y responder preguntas para llegar a conclusiones a través de un análisis sistemático y teórico aplicado a algún campo de estudio. Cada método de investigación a emplearse dependerá de las características de la situación a estudiar y sus exigencias para entonces poder seleccionar el procedimiento que mejor se adapte a los objetivos planteados en el estudio (Corrales, 2010).



Método Cuantitativo La intención de este método es exponer y encontrar el conocimiento ampliado de un caso mediante datos detallados y principios teóricos. Requiere una comprensión de la conducta humana y el porqué de ella. En este método el objeto de estudio se considera externo, separado de cualquier pensamiento individual para garantizar la mayor objetividad posible. Su investigación es normativa, apuntando a leyes generales relacionadas al caso de estudio. La recolección de datos suele constar de pruebas objetivas, instrumentos de medición, la estadística, test, entre otros (Canaan, 2015).

Método Cualitativo Tiene base en el principio positivista y neopositivista y su objetivo es el estudio de los valores y fenómenos cuantitativos para establecer y fortalecer una teoría planteada. Se enfoca en lo subjetivo e individual desde una perspectiva humanística, mediante la interpretación, la observación, entrevistas y relatos. En este método se usan modelos matemáticos y teorías relacionadas a las situaciones. Se emplea con regularidad en las ciencias naturales, la biología, la física, entre otras (Bañez, 2014).

Método Inductivo Se refiere a un método que parte de lo general para centrarse en lo específico mediante el razonamiento lógico y las hipótesis que puedan sustentar conclusiones finales. Este proceso parte de los análisis antes planteados, leyes y principios validados y comprobados para ser aplicados a casos particulares. En este método todo el empeño de la investigación se basa en las teorías recolectadas, no en lo observado ni experimentado; se parte de una premisa para esquematizar y concluir la situación de estudio, deduciendo el camino a tomar para implementar las soluciones (Canaan, 2015).

Método Analítico Se encarga de desglosar las secciones que conforman la totalidad del caso a estudiar, establece las relaciones de causa, efecto y naturaleza. En base a los análisis realizados se pueden generar analogías y nuevas teorías para comprender conductas. Se desarrolla en el entendimiento de lo concreto a lo abstracto, descomponiendo los elementos que constituyen la teoría general para estudiar con mayor profundidad cada elemento por separado y de esta forma

conocer la naturaleza del fenómeno de estudio para revelar su esencia (Bañez, 2014).

Método Sintético Busca la reconstrucción de los componentes dispersos de un objeto o acontecimiento para estudiarlos con profundidad y crear un resumen de cada detalle. El proceso de este método se desarrolla partiendo de lo abstracto a lo concreto, para reunir cada segmento que compone una unidad y poder comprenderla. Mediante el razonamiento y la síntesis se profundiza en los elementos resaltantes del análisis de una forma metódica y concisa para conseguir una comprensión cabal de cada parte y particularidad de lo estudiado (Canaan, 2015).

Método Científico Ofrece un conjunto de técnicas y procedimientos para la obtención de un conocimiento teórico con validez y comprobación científica mediante el uso de instrumentos fiables que no dan lugar a la subjetividad. Este método tiene la capacidad de proporcionar respuestas eficaces y probadas sobre algún caso de estudio. Se considera uno de los procedimientos más útiles ya que permite la explicación de fenómenos de forma objetiva, que brinda soluciones a problemas de investigación e impulsa a declarar leyes. Su desarrollo es riguroso y netamente lógico de forma ordenada con principios puros y completos buscando la corrección y la superación para conquistar, ordenar y entender el conocimiento recogido (Bañez, 2014).

Método Comparativo Es un procesamiento de búsqueda de similitudes y comparaciones sistemáticas que sirve para la verificación de hipótesis con el objeto de encontrar parentescos y se basa en la documentación de múltiples casos para realizar análisis comparativos. Básicamente consta de colocar dos o más elementos al lado de otro para encontrar diferencias y relaciones y así lograr definir un caso o problema y poder tomar medidas en el futuro. Usar la comparación es de utilidad en la comprensión de un tema ya que puede conllevar a nuevas hipótesis o teorías de

crecimiento y mejoría. Posee varias etapas en la que resalta la observación, la descripción, la clasificación, la comparación misma y su conclusión (Canaan, 2015).

#### **4.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de la investigación es una planificación compendiada de lo que se debe hacer para lograr los objetivos del estudio. Un diseño cuidadoso del estudio es fundamental para determinar la calidad de la investigación clínica.

Si se trata de un diseño estadístico, el mismo debe tener en cuenta la estructura del estudio, y todos los aspectos concernientes a la recolección de datos, incluido el tipo de mediciones a realizar y la frecuencia de las mismas.

A través de un diseño cuidadoso puede minimizar el sesgo y reducir el error aleatorio (Sandoval, 2014).

En este proyecto trabajaré a base de algunos lineamientos que son herramientas básicas y necesarias para llevar a cabo el proyecto en el cual estoy trabajando como lo son las técnicas documentales que es básicamente en lo que me enfocaré ya que los estudios de mercado y todo lo relacionado en la compra de productos se basan en las decisiones de los clientes, pero más que nada en la cultura que cada uno de ellos tienen e influye en la adquisición de dichos artículos. Una de las herramientas en las cuales trabajaré es en la Observación y hacer algunas Encuestas con ayuda de unas personas que viven en el país extranjero las llevaremos a cabo para ver qué tan probable es que compren o se interesen por este tipo de productos y así tener de una forma más clara si nuestro proyecto es viable o no. El método analítico y comparativo serán parte fundamental de nuestro proyecto ya que a base de los análisis o investigaciones ya hechas e información que existe sobre nuestro tema lo tomaremos como base para arrancar e ir investigando por nuestra cuenta las posibles problemáticas que vayan surgiendo mientras vamos avanzando. Para llevar a cabo una buena investigación tenemos ya seleccionado un esquema donde se muestra paso por paso el orden que es preferente llevar para tener un trabajo ordenado y de calidad ya que sin un diseño previo puede surgir que el proyecto se

pierda en algún momento y se nos pasen algunos puntos clave o que sean de mucha ayuda para seguir tomando decisiones en nuestra viabilidad del proyecto.

## CAPITULO 5 La empresa y su personal clave

### 5.1.- Ubicación

Purépero de Echáiz Es una población del estado mexicano de Michoacán y cabecera del municipio de Purépero.

Se localiza al noroeste del Estado, en las coordenadas 19°54' de latitud norte y 102°00' de longitud oeste, a una altura de 2,020 msnm.

Limita al norte con Tlazazalca, al este con Zacapu, al sur con Chilchota, y al oeste con Tangancícuaro. Su distancia a la capital del Estado es de 113 km.

El Total de la Población 15,255 habitantes. (Cedeño, 2017)



**Ubicación de negocio: Purépero Michoacán, México. Lázaro Cárdenas #2 Col. Centro C.P 58760**

## **5.2 Antecedentes de la Empresa**

La empresa que existe hoy en día tiene por nombre **Mueblería Purépero S.A de C.V** es una empresa familiar ubicada en el municipio de Purépero Michoacán hoy en día se dedica a comercializar muebles de distintas clases como lo son la Línea Económica, Contemporánea, De madera, Aglomerado, MDF (Fibra de Densidad Media) tomando estas como las de mayor importancia ya que debe de haber variedad para satisfacer las necesidades de toda la sociedad la empresa tiene 25 años funcionando y adaptándose a los nuevos cambios que ha traído la globalización entre otros factores que influyen en la toma de decisiones de compra de los clientes.

La empresa se creó una vez que se observó gran oportunidad en este sector mueblero ya que en el municipio solo se contaba con una mueblería ya establecida, entonces se optó por arriesgarse a establecer otra, y como en todo negocio se empezó muy lento y algunas veces con pérdidas pero una vez que fueron conociendo nuestra empresa empezamos a localizar y ganar clientes que hasta hoy en día siguen con nosotros es por eso que ahora se crea este nuevo proyecto de exportar la línea de muebles de madera rústicos que es en la que se observa demanda en el extranjero tomando en cuenta que ya se tiene conocimiento en el ámbito y de proveedores de los productos requeridos y así lograr ampliar nuestro mercado y seguir satisfaciendo las necesidades y gustos de nuestra demanda.

Nuestra nueva empresa funcionará para empezar de la siguiente manera:

Nosotros mismos iremos a Tonalá Jalisco donde se encuentran nuestros proveedores y demás posibles destinos de compra, decidimos empezar así ya que queremos conocer la calidad, los acabados, las pinturas, etc. nosotros mismos y saber quien maneja los mejores productos ya que queremos comercializar productos de calidad, una vez ya identificados las compras serán por catálogo para evitar trasladarnos hasta allá y evitar gastos innecesarios, se acordará con los

proveedores que la mercancía sea llevada a nuestro almacén ubicado en Purépero Michoacán sin algún costo extra donde se le dará paso a la realización de trámites para que la mercancía se traslade vía terrestre en el camión una vez rentado por uno de nuestros empleados y así llegue a la Aduana de Tijuana, y ahí cruce hacia Estados Unidos donde se dirigirá a nuestro destino que será el punto de venta en la Ciudad de Downey California. Donde nuestros socios estarán recibiendo dicha mercancía para su posterior venta.

A continuación, se muestran los dos logos de la empresa, Mueblería Purépero como la empresa ya existente y el Segundo la empresa descrita en este proyecto y en proceso de creación.



### 5.3 Misión

Ser una empresa comercializadora de muebles rústicos mexicanos para la decoración, cumpliendo siempre con los estándares de calidad que el mercado de exportación requiere, además de satisfacer los gustos y necesidades de nuestros clientes, así como contribuir con el cuidado del medio ambiente

### **5.3.1 Visión**

Ser una empresa con proyección nacional e internacional, tomando en cuenta las tendencias del mercado, las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes para llegar a ser una empresa líder en el mercado promoviendo los productos rústicos mexicanos.

### **5.3.2 Objetivos de la empresa**

Ser una empresa reconocida nacional e internacionalmente Satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, además de poner en práctica los mejores sistemas de logística para atraer nuevos clientes y conservar los ya existentes.

### **5.3.3. Metas de la empresa**

Ser una empresa reconocida nacional e internacionalmente para así nuestro negocio sea rentable y poder competir en el mercado con empresas líderes tanto en el precio como en la variedad de bienes.

## **5.4.- Cadena de Valor**

Mis Proveedores serán principalmente de Tonalá, Jalisco, Quiroga Michoacán y pueblos cerca de Purépero Michoacán. Depende del consumo que yo haga se negociará el precio de transporte hacia mi empresa ubicada en Purépero o en algunos casos ésta no tendrá ningún costo extra.

Ya teniendo la mercancía en mi empresa yo la enviaré vía terrestre hacia Los Ángeles California para que sea recibida por mi personal y sea colocada en el punto de venta que es en una plaza llamada "Plaza México" con dirección 3100 E. Imperial hwy, Lynwood, CA 90262 EE. UU y esté lista para mi cliente final

### 5.5.- Organización Actual

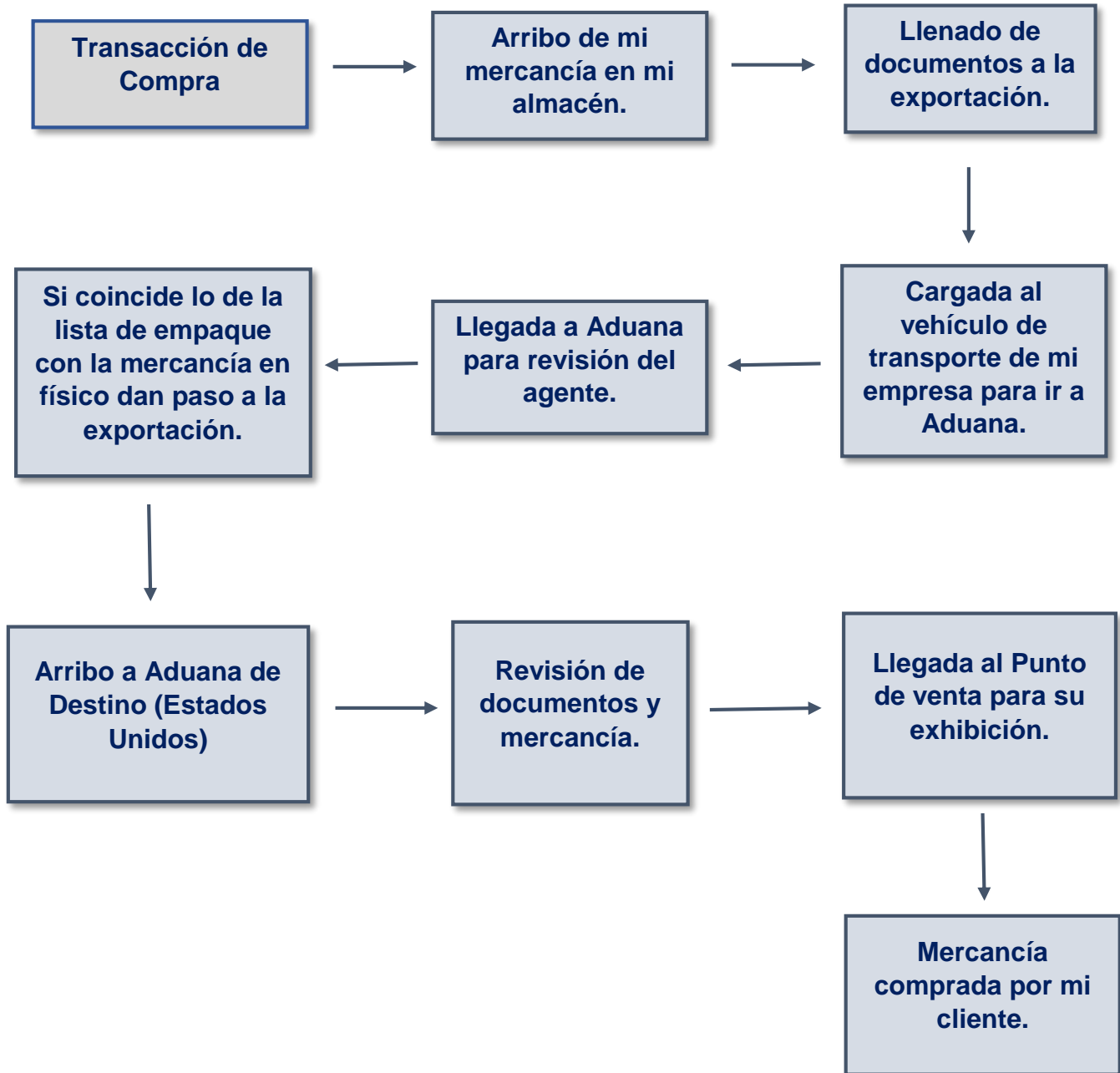


Diagrama de Flujo



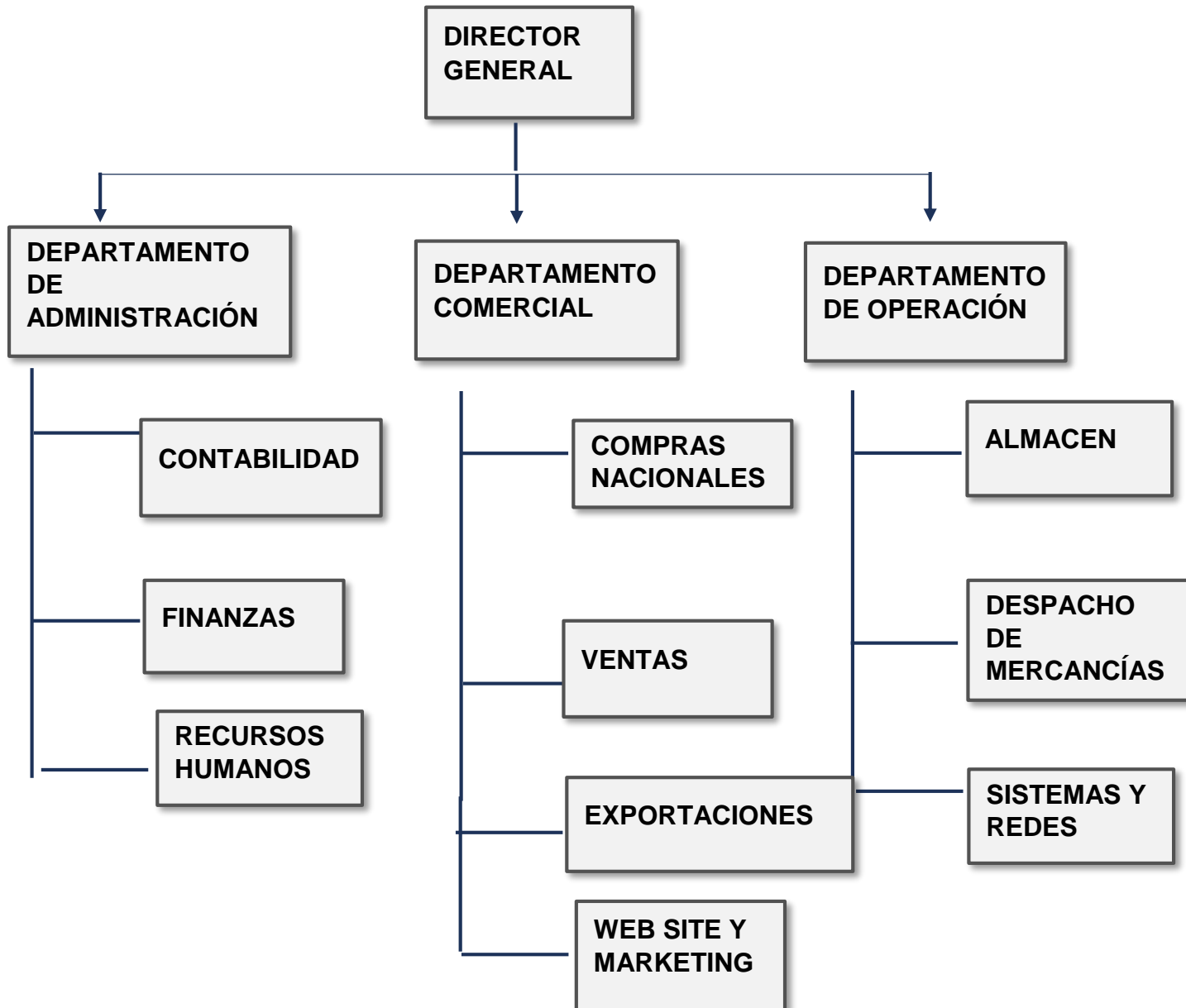


Diagrama de Flujo

### 5.5.1 Funciones

(García, 2017)

- **Director General**

Es un área considerada la cabeza de la empresa. Establece los objetivos y la dirige hacia ellos. Es el responsable de liderar y coordinar las funciones de la planificación estratégica, así como aprobarlas o denegarlas.
- **Departamento de Administración**

Contabiliza las facturas emitidas y recibidas, cobra a los clientes, paga a los proveedores y plantilla, y liquida los impuestos en fecha correspondiente.
- **Contabilidad**

Controlar las disponibilidades de las cuentas bancarias, de cheques y de inversión
- **Finanzas**

Si es necesario consigue financiación para necesidades de la empresa, planifica para que ésta siempre tenga capital para afrontar sus pagos puntualmente, además de controlar que el negocio sea rentable.
- **Recursos Humanos**

Gestiona a las personas para garantizar el cumplimiento de las distintas funciones en cada jornada laboral y que los puestos estén siempre cubiertos, aplica las fórmulas de contratación más adecuadas en cada caso, renumera a los trabajadores y los mantiene motivados.
- **Departamento Comercial**

Lleva a cabo todas las transacciones necesarias para el funcionamiento adecuado de la empresa.

- **Compras Nacionales**

Adquiere los bienes necesarios para la venta al mejor precio posible, sin roturas de stock.

- **Ventas**

Consigue vender los objetivos de ventas planteadas para que la empresa consiga rentabilidad, atendiendo y fidelizando a los clientes.

- **Exportaciones**

Analizar mercados Internacionales, Documentación y trámites necesarios.

- **Web Site y Marketing**

Tiene a su cargo la labor de administrar, mantener y configurar las bases de datos de todas las páginas web donde existe el contacto con los clientes y demás personas, además de darle toda clase de publicidad a la empresa.

- **Departamento de Operación**

Supervisa y vigila que todos los departamentos cumplan sus objetivos, reportando a la dirección general.

- **Almacén**

Garantizar el abasto suficiente de los bienes, además del adecuado manejo de custodia.

- **Despacho de Mercancías**

Se encarga de que la mercancía salga del almacén en hora y cantidad exacta, además de asegurar la calidad del producto.

- **Sistemas y Redes**

Brindar soporte a todos los usuarios de los sistemas internos de la empresa.

## **5.6.- Análisis FODA**

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa. Se recurre a ella para desarrollar una estrategia de negocio que sea sólida a futuro, además, el análisis FODA es una herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debe ejecutar y tomarla en consideración. Además, el FODA ayuda a tener un enfoque mejorado, siendo competitivo ante los nichos de los mercados al cual se está dirigiendo la empresa, teniendo mayores oportunidades en el mercado que se maneje creando estrategias para una eficaz competencia (Lopez, 2017)

## **INTERNAS**



## EXTERNAS

## CAPÍTULO 6 Marca

### 6.1 Que es la Marca

Es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa ya que día a día adquiere un mayor protagonismo. No hay que olvidar que vivimos actualmente una etapa bajo el prisma del marketing de percepciones y por tanto resalta la marca frente al producto. Para estar bien posicionados en la mente del consumidor y en los líderes de opinión, la marca de nuestra compañía debe disfrutar del mayor y mejor reconocimiento y posicionamiento en su mercado y sector.

Según la Asociación Americana de Marketing, marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores. Pero, la marca no es un mero nombre y un símbolo, ya que se ha convertido en una herramienta estratégica dentro del entorno económico actual. Esto se debe, en gran medida, a que se ha pasado de comercializar productos a vender sensaciones y soluciones, lo que pasa inevitablemente por vender no solo los atributos finales del producto, sino los intangibles y emocionales del mismo. (Cárdenas, 2018)

### **6.1.1 Para qué sirve la Marca**

Las marcas crean confianza y apego emocional en los consumidores. Por lo tanto, las marcas fomentan una relación entre los consumidores y los productos, relación que resiste a las guerras de precios, trasciende las ofertas de nuevos competidores e incluso superan los (inusuales) defectos en el producto o la calidad del servicio.

La percepción lo es todo. Muchas personas piensan que el logo es la marca, pero en realidad, el logo es sólo una representación de la marca. Tu marca no representa cómo te ves o qué dices, ni siquiera lo que vendes. Tu marca es lo que la gente cree que tú simbolizas.

### **6.1.2 Tipos de Marcas**

#### **Nominativas**

Son las marcas que identifican un producto o servicio a través de más de una letra, dígitos, números, palabras, frases o combinaciones de ellos y que constituyen un conjunto legible y/o pronunciable.

#### **Figurativas**

Integradas únicamente por una figura o un signo visual “logotipo” que se caracteriza por su configuración o forma particular totalmente impronunciable. La marca figurativa puede o no incluir un concepto en la gráfica, así, podría ser una manzana

que lleva un concepto directamente vinculado o podría ser un conjunto líneas que no represente un concepto en particular.

### **Mixtas**

Es la combinación de uno o varios elementos denominativos o verbales y uno o varios elementos gráficos, de color o tridimensionales. Podría limitarse a la presentación de denominaciones con un tipo especial de letra y/o color.

### **Tridimensionales**

Consistentes en la forma de los productos, sus envases o sus empaques, al contar con volumen pueden ser percibidas por el sentido del tacto.

### **Sonoras**

La evolución del comercio ha dado lugar al nacimiento de diversos signos, como son las marcas sonoras, a través de los cuales las empresas pueden identificar sus productos y servicios. Las marcas sonoras se caracterizan por estar integradas por un sonido o una melodía, con la cual la gente asocia su producto y que es totalmente distinta con la que pueda ser usada por un competidor.

Teniendo en cuenta estos puntos importantes, se empezará a hablar de la creación que se tuvo de la marca actual y explicar detalladamente algunos aspectos importantes que se tuvieron en la toma de decisiones de la misma.

## **6.2 Formación de la Marca**

En primer lugar, la forma que tomó la marca es circular ya que se optó por tomar esta forma que da más elegancia y es menos común que otras, además de que el proyecto está destinado a exportar y a que el embalaje por su mayoría sea en cajas de cartón lo cual da un aspecto agradable la forma circular ya una vez pegada en el empaque.

Los colores que se eligieron fue el Rojo y Negro en la parte del contorno ya que se entiende que el rojo demuestra, Energía, Acción, Audacia y es lo que se tiene en este proyecto queremos llegar a ser competitivos en el extranjero y permanecer en el mercado sobresaliendo entre la competencia, y el negro que es Sofisticado, Lujoso, Da Estatus, Autoridad. Ya que todo lo que exportemos será del mejor Precio, Calidad y sobre todo cuidar todos los aspectos que tengan que ver con el medio ambiente, es decir la materia prima con permiso, Pagar lo justo, etc.

En la Parte de adentro del círculo se observa un fondo de madera, ya que nuestros principales artículos son rústicos, hechos de los mejores tipos de madera, entonces se hizo así para que a simple vista se detecte que se trabaja con madera como nuestra principal fuerte. Se observa en el centro una letra **S** que da lugar al apellido Sánchez que es de la Familia, se optó por este ya que es algo que vamos a llevar con nosotros toda la vida y es un orgullo llevarlo ahora a otro mercado, y es también el color negro ya que es un color que se distingue, aunque estés un poco lejos. En ella se encuentran unas líneas que simulan las líneas que hay en las carreteras ya que para llevar os artículos de un destino a otro se usará como medio el transporte terrestre y ahí mismo dos íconos en color Rojo que tratan de decir que todo lo podemos llevar de un lugar a otro con el mejor trato, el mejor tiempo, y sobre todo con el cumplimiento a la hora de comercializar los productos ya sea desde México o una vez ya puestos en el extranjero. Y por último se tiene unas letras que dicen **EXPORT**, su significado en español es Exportaciones que en sí es el propósito de este proyecto, teniendo como resultado final de este logo como **“Sánchez Exports”**

Y obteniendo como tal una marca Mixta ya que se conforma de elementos verbales y de figuras gráficas.





## BIBLIOGRAFIA

- Cedeño, F. A. (13 de septiembre de 2017). Obtenido de <http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM16michoacan/municipios/16070a.html>
- Estrada, F. (2015). *expansion.mx/.../el-fundador-de-the-home-depot-mete-en-problemas-a-la-firma-por-ap...*
- Federación, D. O. (2001). <http://legismex.mty.itesm.mx/normas/rn/rn002em-01.pdf>.
- Forbes. (2016). [www.ikea.com/ms/es\\_ES/about\\_ikea/facts\\_and\\_figures/about\\_ikea.../index.html](http://www.ikea.com/ms/es_ES/about_ikea/facts_and_figures/about_ikea.../index.html).
- García, A. J. (2016). <https://es.slideshare.net/promexico-cesmsc/normas-y-certificaciones-para-mercados-internacionales>.
- García, A. P. (13 de septiembre de 2017). Obtenido de <http://fcaenlinea1.unam.mx/2006/1130/docs/unidad7.pdf>
- Hernandez, A. (2012). <https://es.slideshare.net/promexico-cesmsc/normas-y-certificaciones-para-mercados-internacionales>.
- Hernandez, R. (2015). [http://www.pinturascondor.com/images/madera/made\\_mod\\_2.pdf](http://www.pinturascondor.com/images/madera/made_mod_2.pdf).
- LIGIE. (2017). <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIGIE.pdf>.
- Lopez, T. G. (13 de septiembre de 2017).
- SAT. (2017). [http://www.sat.gob.mx/aduanas/importando\\_exportando/guia\\_importacion/Paginas/default.aspx](http://www.sat.gob.mx/aduanas/importando_exportando/guia_importacion/Paginas/default.aspx).
- Schmitz, H. (2010). *Historia del mueble*.
- Tinoco, M. H. (2015). *Investigación cualitativa y cuantitativa*.

Verduzco, L. M. (2016).

*<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/ComoDeterminarElPrecioDeExportacion.pdf>*.

<http://www.economia-snci.gob.mx/>

<http://neuroc99.sld.cu/usa.htm>

<https://www.gob.mx/sre/acciones-y-programas/mexico-y-estados-unidos-una-relacion-dinamica-multitematica-y-estrategica>

[https://ddd.uab.cat/pub/recdoc/2014/126350/Master\\_de\\_educacion.\\_Preguntas\\_y\\_objetivos\\_de\\_investigacion.\\_Orientaciones.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/recdoc/2014/126350/Master_de_educacion._Preguntas_y_objetivos_de_investigacion._Orientaciones.pdf)

[http://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf](http://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf)

<https://www.slideshare.net/huguito818181/3-principales-teoras-del-comercio-internacional>

[https://prezi.com/23i\\_bgtulqld/la-demanda-reciproca-john-stuart-mill-1806-1873/](https://prezi.com/23i_bgtulqld/la-demanda-reciproca-john-stuart-mill-1806-1873/)

<https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/ventaja-comparativa/>

<https://explorable.com/es/disenos-de-investigacion>

<http://metodologia02.blogspot.mx/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>

<https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>

<https://prezi.com/02yjqp9w56/tipos-de-metodos-de-investigacion/>

<https://www.slideshare.net/ug-dipa/tipos-y-mtodos-de-investigacin>

<http://manuelgalan.blogspot.mx/2009/05/la-entrevista-en-investigacion.html>

<https://www.questionpro.com/es/encuesta.html>

[http://manuelgalan.blogspot.mx/2013/02/la-observacion-como-metodo-de\\_21.html](http://manuelgalan.blogspot.mx/2013/02/la-observacion-como-metodo-de_21.html)

<http://myoc.es/blog/diferencia-entre-mueble-colonial-y-mueble-rustico/>

<https://gestion.pe/economia/funciona-mercado-muebles-ee-uu-factura-us-70-000-millones-ano-228524>

<https://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm>