

11
201



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

GUIA SECTORIAL PARA FACILITAR EL ESFUERZO EXPORTADOR DE LA ARTESANIA DE TALAVERA

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTAN:

- JAZMIN BENITEZ MARTINEZ
- SERGIO CASTILLO GUTIERREZ
- GABRIELA CRUZ ESPINOSA
- ISAURA GUADALUPE GARCIA ALVAREZ
- SERGIO VELAZQUEZ VAZQUEZ

ASESOR DEL SEMINARIO:

L.A.E. LAURA ESTELA FISCHER DE LA VEGA



MEXICO, D.F.

1998

TESIS CON
FOLIO DE ORIGEN

266722



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A DIOS, por acompañarme siempre.

A PAPA y MAMA, por apoyar y respetar mis decisiones de manera incondicional.

A mis HERMANAS (Jannie, Jully y Juvanni), por saber ser además de hermanas unas amigas muy especiales.

A mis amigos (Amaranta, Carlos, Hortensia, Gabriel, Sheila, Gadiel, Aurora, Ernesto, Judith, Sergio y Gabriel) que al compartirlo todo hace de mí una mejor persona.

A GRUPO ALBORADA, por los buenos tiempos.

A mis COMPANEROS DE JESUS, de manera especial a Isaura, quien hizo que fuera posible finalizarla.

A la UNAM, mi segunda casa, por haberme brindado, Conocimiento, Formación y Estudio.

SINCERAMENTE

Jazmín Benítez Martínez

Sergio Castillo Gutierrez

Dedico este esfuerzo y agradezco a todas las personas que me apoyaron de manera incondicional, ya que sin ellas no hubiera sido posible llegar a este momento.

DIOS, gracias por haberme dado la vida, una hermosa familia y unos PADRES maravillosos, ya que su apoyo, sacrificio y amor hacia mi y mis hermanas siempre ha sido incondicional. Ha sido tanto que ni el tiempo, ni la distancia los ha minimizado por un segundo y todo esto no se los podré pagar ni con mi vida. Sin su amor y apoyo no hubiera podido realizarme y crecer como lo he hecho hasta el momento, gracias por todo LOS AMO.

CLAUDIA Y MARJA DEL MAR les agradezco su apoyo, alegría y manera de ver la vida, pues día con día me motivan a seguir adelante.

A ustedes ABUELLA, TIOS, PRIMOS por la hermosa familia que hemos llegado a formar.

JUAN CARLOS te agradezco tu apoyo, paciencia y compañía y sobre todo ese gran amor, ya que sin el no sería tan feliz en este momento, muchas gracias osito.

MONICA de todo corazón te agradezco lo que has hecho por mí, por tus horas invertidas en escucharme, apoyarme y ser mi mejor amiga, así como compartir momentos inolvidables.

A ti JAZMIN, SERGIO CASTILLO, ISAUARA Y SERGIO VELAZQUEZ por su apoyo y amistad.

SINCERAMENTE

Gabriela Cruz Espinoza

A DIOS, quien me dio la fortaleza y esperanza de brillar en la vida día con día.

A MIS PADRES GUADALUPE y ADOLFO, quienes me apoyaron, motivaron, confiaron en mí y estuvieron en cualquier momento para brindarme una palabra de aliento; además de enseñarme a disfrutar de los éxitos y a aprender de los fracasos.

A MIS HERMANOS ADRIÁN y MAURICIO, que me enseñaron lo que significa la unión, la cooperación y la superación.

A RAFAEL quien ha caminado junto a mí aconsejándome y brindándome su hombro en cualquier proyecto a realizar.

A LA UNAM, en cuanto a su dedicación de enseñanza y demostración de lo que vale una persona en el mundo, pero sobretodo lo que significa ser universitario de corazón.

SINCERAMENTE

ISAURA GUADALUPE GARCÍA ALVAREZ.

Natividad y Sergio:

Quien sin su Amor, Comprensión y Sacrificio no hubiera sabido aprovechar las oportunidades que me brindó la vida y que siempre me impulsaron a seguir soñando.

Margarita, María y Mario

Por la luz que proporcionan día a día a mi sendero.

Monserrat y Laura:

Que me enseñaron el significado de compartir y apoyar.

Mis amigas:

De las cuales solo obtuve palabras de aliento y superación.

Mis amigos:

Por su solidaridad brindada en épocas difíciles.

A todas aquellas personas e instituciones que contribuyeron a forjarme como "hombre".

A la UAMAM

Por todo aquello que me brindaste y enseñaste.

Y a "DIOS" que cuando me derrumbaba él me sostenía y alentaba.

A todos ustedes

GRACIAS

Sergio Velázquez Vázquez

ÍNDICE

TEMA	Página
ÍNDICE.	a
INTRODUCCIÓN.	c
CAPÍTULO I.	
EL SECTOR NACIONAL.	1
1.1 Breve Descripción del Sector.	2
1.2 Principales Tendencias a Nivel Internacional.	8
1.3 Principales Competidores a Nivel Internacional.	10
1.4 Apoyos Gubernamentales.	18
1.5 Apoyos Financieros.	25
ANEXO CAPÍTULO I.	35
CAPÍTULO II.	
LOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN PROMISORIOS PARA EL SECTOR.	36
2.1 Volumen y Valor de cada Mercado de Exportación.	37
2.2 Descripción de cada Mercado Seleccionado.	44
España.	45
Italia.	60
Francia.	74
Alemania.	89
2.3 Normatividad para la Exportación a Países de la Comunidad Europea.	104
2.4 Ferias y Exposiciones Comerciales.	111
2.5 Canales de Distribución, Principales Importadores y Comercializadores.	114
2.6 Seguros.	142
2.7 Transporte.	145
2.8 Regulaciones Arancelarias.	160
2.9 Barreras No Arancelarias.	162
2.10 Trámites a Realizar para Operaciones de Exportación.	168
2.11 Formas de Pago.	173
2.12 Estrategia de Empaque.	180
2.13 Estrategia de Precio de Exportación.	183
2.14 Estrategia de Promoción.	188

TEMA	Página
CONCLUSIONES Y ANEXOS	192
Conclusiones y Recomendaciones.	193
Apéndice.	196
Glosario.	197
Agradecimientos.	201
Bibliografía.	202

INTRODUCCIÓN

Actualmente México se encuentra en un punto de transición muy difícil debido a :

- A) La crisis económica y social por la que atraviesa.
- B) La poca elaboración de productos para la exportación.

Por lo que es necesario aplicar medidas drásticas con la finalidad de empezar a generar cambios en la infraestructura del país, es por ello la urgencia de crear empresas con nivel de competitividad internacional y que puedan entender el proceso de globalización en la cual esta inmerso el mundo.

La presente guía es una investigación encaminada a la micro, pequeña y mediana empresa que les permita descubrir y explorar los mercados que se encuentran más allá de nuestras fronteras. Actualmente éstas empresas forman el 92%¹ de la planta productiva mexicana se enfrentan a enormes dificultades al tratar de iniciarse en la exportación, por no contar con los conocimientos y la información necesaria oportunamente.

El mayor problema que tienen estas empresas, es la falta de capacidad para poder realizar estudios en los mercados donde desean ingresar sus productos, o la escasa posibilidad de poder pagar una consultoría especializada, que suele ser costosa y no siempre se obtienen los resultados esperados.

Nosotros pretendemos que esta investigación pueda ser de utilidad en el sector artesanal (específicamente en la Talavera), deseando que de manera alterna, sea utilizada en otros sectores. Dentro de los puntos que abarcamos es la recomendación de estrategias (Capítulo II) que les permita identificar los mercados metas, que en este caso son España, Italia, Francia y Alemania; además de los perfiles (Capítulo II) que tiene cada uno de ellos.

Es importante poder identificar el valor que radica en la planeación de lanzar un producto al mercado externo, así poder tener en cuenta todas las variables, y de esta manera es como nosotros las describimos y damos propuestas de trabajo.

Lo que pretendemos ofrecer es una visión general de los aspectos más relevantes en el esfuerzo exportador, haciendo énfasis en algunos aspectos formales como es la documentación y las regulaciones así como los apoyos gubernamentales y financieros, también desarrollamos un análisis de los diversos mercados y recomendaciones prácticas y específicas que se pueden llevar a cabo.

CAPITULO I



EL SECTOR NACIONAL

TALavera

“ Hoy, la historia de la Talavera sigue viva en las manos del artesano mexicano que produce con gran paciencia el arte hecho a mano ”

1.1 BREVE DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

El Sector Artesanal en México está constituido por talleres familiares básicamente, en donde las técnicas empleadas son rudimentarias, el proceso de aprendizaje se da de manera informal, y los canales de comercialización están ligados al intermediario local, al mercado regional y a las ferias tradicionales.

Este Sector se caracteriza por tener una amplia gama de productos, artículos y artesanías heterogéneas de diferentes materiales, calidades, tamaños y precios; así mismo son fabricados por actividades económicas diversas. Lo cual dificulta su clasificación, y el impacto que tienen dichas actividades en la economía nacional.

Es por ello que la demanda de insumos en este Sector afecta una gran variedad de ramas económicas, siendo las más representativas :

- La fabricación de productos de madera;
- Alfarería y Cerámica (excepto materiales de construcción);
- Fabricación y elaboración de productos de vidrio, y
- Otras industrias manufactureras.

El Artesanal es un Sector de gran importancia en México, actualmente se trabajan más de 27 ramas artesanales², casi todas con características prehispánicas en cuanto al material utilizado, la tecnología y el uso que se les da. Los principales productores se encuentran en Chiapas, Oaxaca, el Edo. de México, Puebla y Michoacán². Dentro del arte popular, la artesanía ocupa un lugar privilegiado por ser la expresión de una rica y amplia concepción estética de la vida y de los objetos cotidianos.

La instrumentación de una política permanente de difusión de las artesanías, la orientación a los creadores en los procesos de comercialización y financiamiento; el suministro de materias primas accesibles, y la incorporación de eventos artesanales a las fiestas tradicionales de cada comunidad, son acciones que manejamos posteriormente en el Capítulo II.

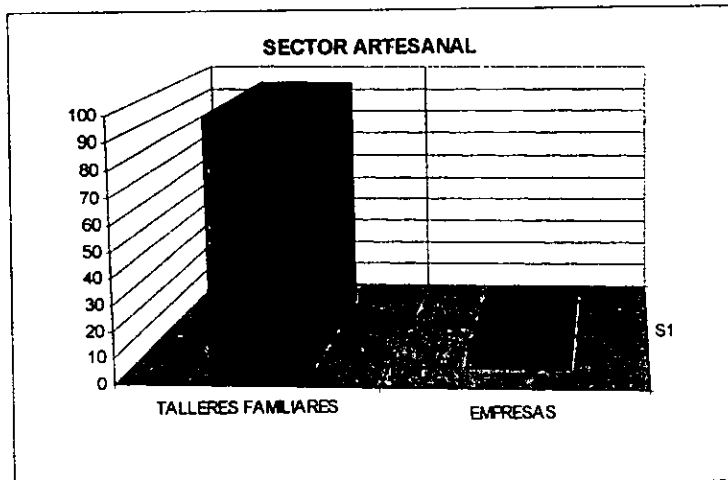
La clasificación del sector según FONART se encuentra de la siguiente manera:

- Cerámica : Vajillas, tibores, floreros, macetas, artículos decorativos, etc.
- Textiles de Lana: Cobertores, gabanes, morrales, etc.
- Textiles de Algodón: Vestidos, blusas, manteles, servilletas y otros

- Maderas: Artículos decorativos .
Muebles, mascarar, tallas, etc.
- Joyería: Anillos, aretes, arracadas, prendedores, pulseras, etc.
- Juguetes: Madera, barro, laca, hojalata y otro.
- Metalisteria de Hojalata: Espejos, marcos, cajas, baúles, etc.
- Fibras vegetales: Hamacas, canastas, morrales, etc.
- Laca: Charolas, baúles, marcos, cajas, biombos, muebles, etc.
- Varios: Miniaturas, cartonería, amate, arte plumario, Papotería, cerería, etc.

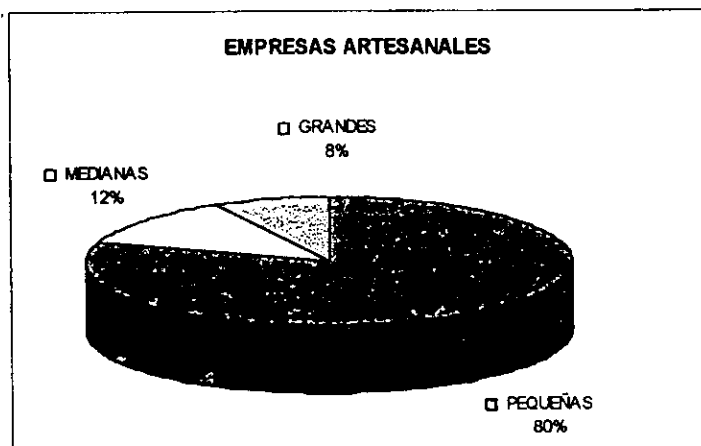
Hoy en día el Sector Artesanal representa la ocupación económica de aproximadamente 6 millones de personas² que constituyen el universo de artesanos en México.

Realizando un sencillo análisis de las ramas económicas mencionadas, en 1993 el sector se encontraba integrado en su mayoría por Talleres Artesanales (Microempresas) las cuales representaban el 96%.



FUENTE: Oportunidades de Negocios, para la Industria de Artículos de Regalos.

Existen 812 empresas artesanales formalmente establecidas, de las cuales el 80% son pequeñas, el 12% son medianas y el 8% son empresas grandes.



FUENTE: Oportunidades de Negocios, para la Industria de Artículos de Regalos.

LA ARTESANÍA EN MÉXICO

Son todos aquellos productos completados con la mano de su creador que pudieron haber sido realizados con la ayuda de herramientas rudimentarias o algún proceso tradicional. La contribución del artesano a sus obras es el valor agregado más sustancial que le da un acabado final al producto. El artículo podrá tener diferentes significados o diversos usos como pueden ser por estética, creación artística, cultural-religiosos, un símbolo social, tradicional, etc., y cada uno de ellos dependerá de la región geográfica en la cual se halla el producto.

En México existe un mundo espectacular, casi místico, que vincula a sus antepasados a través de la tradición artesanal. Este mundo, lo matiza el ancestral conocimiento de técnicas mediante las cuales es transformada la riqueza natural del territorio nacional; el barro, el vidrio, el hierro y la madera, adquieren formas y colores que la inventiva de los artesanos les dan, expresando así su creatividad, y rasgo de identidad representativa de las regiones y comunidades de México.

LA ARTESANÍA EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

Se ha tratado de definir el término "artesanía" pero no se ha llegado a ninguna definición definitiva. Sin embargo, la Conferencia para el Desarrollo y Comercio de las Naciones Unidas (UNCTAD) ha adoptado la siguiente definición "para los productos hechos a mano o con los pies, producidos con o sin ayuda de instrumentos o herramientas básicas de cualquier tipo frecuentemente tienen características tradicionales o artísticas de una área geográfica específica, elaborados por artesanos que trabajan en la base de industria casera"⁴.

En los países industrializados las artesanías son concebidas principalmente como productos étnicos con poco valor utilitario; por ello, son catalogados como curiosos, souvenirs de viaje o como artículos artísticos, de interés, pero pocas veces como artículos de uso diario.

En el momento en que las artesanías son comercializadas como artículos de enfoque funcional, que pueden ser utilizados a diario en el hogar, en el trabajo o cuando se esta descansando, su apariencia limitada desaparece, su énfasis étnico y cultural disminuye, dándole una nueva imagen; entonces las artesanías pasan a ser identificadas como artículos de regalo y decoración.

En resumen, el producto artesanal se puede manejar en 3 diferentes categorías :

- Objetos de Arte hechos a mano de alta calidad y precio de acuerdo a diseños originales.
- Artículos Decorativos, basados frecuentemente en diseños locales, ya sean parcialmente industrializados y hechos a mano (por ejemplo pintados a mano).
- Artículos Utilitarios, funcionales con un valor decorativo como pueden ser vajillas, floreros, bandejas, candelabros, lámparas y artículos similares.

Aunque lo más recomendable es lograr un enfoque dual, en ciertos mercados algunos artículos étnicos y culturales pueden ser enfatizados; pero en la mayoría de los mercados, es necesario adaptar las mercancías a un fin funcional.

TALAVERA

De entre las artesanías más notables de México, sin lugar a dudas, la cerámica poblana, conocida como loza blanca y tradicionalmente como Talavera de Puebla, es la más sobresaliente. Su origen se remonta a Mesopotamia y Egipto, de donde paso a China, arraigándose aquí con características propias. La influencia que México recibió con respecto a la elaboración artesanal de la Talavera fue la Española, a mediados del siglo XVI, entre los años de 1560 y 1580. Estas fechas se comprueban en algunas placas que aún existen colocadas en viejas casonas de la Angelópolis. A fines del siglo XVI había dos o tres fabricantes que empezaron a recibir aprendices escriturados. Posteriormente, a mediados del siglo XVII, las fábricas se multiplicaron y fueron muchos los aprendices que ingresaron al oficio. Los productos, por novedad de sus

esmaltes y por la utilidad que prestaron, tuvieron gran aceptación en usos domésticos y comerciales. Como era numeroso el grupo de loceros y muchas las dificultades que les ocasionaba no tener ordenanzas que les permitieran reglamentar su oficio, los entonces maestros gestionaron ante el virrey de la capital de la Nueva España la autorización para formular sus ordenanzas.

A fines del siglo pasado, no obstante la introducción de vajillas de bohemia o porcelana, la Talavera Poblana floreció y se consolidó. Puebla era la gran fabricante de loza para la mayoría de los mexicanos. La tradición alfarera poblana se enriqueció, al paso del tiempo, con aportaciones extranjeras, que conjugadas con el carácter y sensibilidad local, produjeron una gran cantidad de objetos, diseños y decoración; con el sello especial de Puebla.

El desarrollo de la Talavera ha sido enriquecido a través del tiempo por diversas culturas como son la Morisca, Española, Asiática y la Mexicana. Estas bellas artesanías son fabricadas generalmente por grupos familiares que por décadas se han dedicado a este oficio. Un arte que pueblos enteros han transmitido de generación en generación, un valioso conocimiento que permanece vivo en el tiempo, constituyéndose como un preciado tesoro para la humanidad. Actualmente estos grupos cuentan con empresas artesanales bien constituidas en la República Mexicana, lo que ha incentivado enormemente esta industria.

La Talavera se elabora mediante un proceso laborioso e interesante que se ha respetado hasta la actualidad y que se puede resumir en 6 pasos :

1. BARRO : Se mezclan dos tipos de barro, se cuelean y se dejan reposar para perder humedad. Posteriormente se amasa con las manos y se pasa a los talleres.
2. FORMADO : Manualmente se elaboran las piezas en torno o en molde y se dejan secar de ocho a doce semanas.
3. PRIMERA HORNEADA : Una vez secas las piezas se hornean a una temperatura de 850 °C; después de este proceso las piezas adquieren el color típico del barro y se le conoce como "jagülete".
4. ESMALTE : Por medio de inmersión se bañan las piezas, lo que les dará el brillo y color único de la auténtica Talavera.
5. PINTURA : Las piezas se decoran con pinceles de pelo de mula y colores fabricados a base de minerales naturales. Esto hace que la Talavera pueda exponerse a la intemperie sin que pierda intensidad de color y de brillo.
6. SEGUNDA HORNEADA : Finalmente las piezas se hornean a 1050 °C para que obtengan el brillo y colores que caracterizan a la Talavera.

La expresión del arte mexicano ha sido múltiple en formas, colores, texturas, etc., y la Talavera es uno de las artesanías más demandadas dentro y fuera del país. Las empresas que fabrican Talavera llevan cerca de 400 años realizandola y han elaborando más de 5000 artículos diferentes⁴.

Hoy en día la Talavera se produce en varios estados de la República Mexicana entre los que podemos mencionar : Puebla, Tlaxcala, Guadalajara y Guanajuato; y es distribuida mediante intermediarios regionales que se encargan de realizar compras de diversos tipos de artesanías en los diferentes estados y ponerlos a disposición en el mercado nacional y/o internacional para su comercialización a través de sus locales y en el mejor de los casos mediante el uso de catálogos y directorios especializados.

La comercialización de las artesanías se ve apoyada por diversos organismos gubernamentales entre los cuales podemos mencionar a los departamentos de Desarrollo Económico Estatal y a el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), con representación en Chihuahua, Guanajuato, Oaxaca, Jalisco, Querétaro, Coahuila y San Luis Potosí, entre otros.

1.2 PRINCIPALES TENDENCIAS A NIVEL INTERNACIONAL

Entre las cerámicas vidriadas hechas en América durante la dominación española destaca la llamada Talavera, es la más antigua de ellas y de mayor continuidad, pues aun se hace como entonces; fue la de mayor difusión por ser uno de los productos mas importantes del comercio internacional de ese tiempo.

Desde la primera mitad del Siglo XVII hubo una importante difusión de la cerámica vidriada no solo de la Nueva España sino fuera de ella, ya que algunos de sus maestros viajaron llevando consigo la técnica de fabricación a otras regiones.

Gracias al intenso comercio que tuvo la Ciudad de Puebla con otras poblaciones y centros mineros de la Nueva España desde la segunda mitad del Siglo XVII, la Talavera poblana logro una rápida y extensa difusión pues fue junto con los textiles de lana, el vidrio y el jabón uno de los productos más importantes y prestigiados del comercio virreinal.

Durante el Siglo XVII la producción de Talavera alcanzo prácticamente todos los rincones del territorio de la Nueva España siguiendo en su distribución las rutas más importantes; como son : Nuevo México, Texas, Florida, extendiéndose a varias regiones del Caribe y el Golfo de México hasta llegar a Venezuela y Nueva Granada, e incluso a Europa.

Posteriormente, a mediados del Siglo XVII, las fabricas se multiplicaron y fueron muchos los aprendices que ingresaron al oficio. Sin embargo, fue a finales del Siglo pasado, donde se consolido. Puebla era la gran fábrica de loza para la mayoría de los mexicanos, la tradición alfarera poblana se enriqueció, al paso del tiempo, con aportaciones extranjeras que produjeron una gran riqueza de objetos y diseños de decoración.

A través del tiempo, la fabricación de este producto tuvo altas y bajas, pero para 1879 existían 7 talleres de calidad y prestigio; Isaura Uriarte, la Trinidad, Casa Padierno, Casa Rugerio, Casa Aguilar, Cear Torres y Casa Tecayehuatl; estos talleres continúan hasta nuestros días con el proceso de fabricación al estilo antiguo.

En la actualidad la Talavera, es un artículo que sigue elaborándose y cautivando a la humanidad y su expresión cultural, por lo cual a continuación se enuncian algunos países a los cuales se les exporta por más de veinte mil dólares:

Exportaciones de Cerámica de Enero a Noviembre de 1997

PAÍS	VALOR DE EXPORTACIÓN USD.	VOLUMEN KG
ESTADOS UNIDOS	3,942,115.00	1,063,736.00
HONG KONG	1,470,635.00	1,146,185.00
CHILE	614,000.00	422,545.00
CANADÁ	165,662.00	30,193.00
FRANCIA	157,962.00	102,629.00
GUATEMALA	111,068.00	59,024.00
EL SALVADOR	97,908.00	59,849.00
ARGENTINA	86,997.00	14,795.00
ESPAÑA	79,869.00	24,428.00
AUSTRALIA	64,225.00	13,103.00
COLOMBIA	56,146.00	14,284.00
HONDURAS	48,040.00	33,266.00
VENEZUELA	53,751.00	16,028.00
DINAMARCA	42,008.00	19,701.00
COSTA RICA	36,616.00	14,990.00
ITALIA	34,778.00	10,242.00
REP. DOMINICANA	24,336.00	9,973.00
ALEMANIA	23,191.00	20,604.00
JAPÓN	22,432.00	5,147.00
BÉLGICA	21,294.00	5,877.00

Fuente: BANCOMET

Analizando las exportaciones de los últimos tres años de México en la fracción arancelaria 69.12.00¹ se presentó un incremento del 19.40% en 1995 en comparación a 1994, ya que las exportaciones fueron de 7,746,983 de dólares, mientras que en 1995 el valor de tales exportaciones fue de 9,250,124 de dólares; para el año de 1996 las exportaciones fueron de 13,340,419 de dólares, lo que representa un incremento significativo del 44.22% con respecto al año anterior.

Por lo antes mencionado la cerámica de Talavera tiene un amplio mercado lo único que falta es fomentar las exportaciones mediante la asesoría a los empresarios que se dedican a esta actividad artesanal, ya que no existe información y difusión de los mercados que demandan el producto.

¹Productos cerámicos. Vajillas y demás artículos de uso domestico de higiene o de tocador, de cerámica excepto de porcelana.

1.3 PRINCIPALES COMPETIDORES A NIVEL INTERNACIONAL

TIPOS DE COMPETENCIA

Existen varios tipos de competencia dentro de los cuales son identificados, los de :

- De Marca,
- De Producto,
- De Necesidades, e
- Internacional.

El producto del que trata la presente guía puede insertarse en cada una de estas formas de competencia, de la siguiente manera :

- **Competencia de Marca:** Considerando como marca un signo distintivo que identifique al producto de una organización que lo ofrece en venta, en donde la organización no se limita a una compañía, también puede referirse a un país, a un estado o a una región del mismo, y a los atributos y beneficios que aporta la producción de Talavera como artesanía mexicana frente a la competencia nacional e internacional.
- **Competencia de Producto:** Los productos que no parecen ser similares pueden llegar a enfrentarse en competencia cuando el mercado consumidor los compra y utiliza esencialmente para un mismo propósito; así la artesanía de Talavera encuentra su competencia más próxima en productos artesanales de cerámica y barro elaborados bajo diferentes procesos y técnicas, tanto dentro de nuestro territorio como fuera de nuestras fronteras. Comparándose diversos aspectos como las características del producto y otros atributos de comercialización (los materiales de elaboración, los procesos y técnicas de producción, calidad, diseño, los estilos de decoración en cada región del país e incluso en cada nación, utilidad y exclusividad, etc.).
- **Competencia de Necesidades:** Siempre que los consumidores conceden la prioridad a ciertas necesidades o deseos por encima de los demás, los productos correspondientes elaborados para satisfacer esas apetencias enfrentan un conjunto de necesidades. El ingreso familiar se ve asignado a cubrir diferentes necesidades como lo son:

Alimentos, bebidas
Comida en casa
Comida fuera de casa
Bebidas alcohólicas
Vivienda
Transporte
Vehículos nuevos y usados
Operación, mantenimiento de
vehículos
Transporte público
Operaciones domésticas

Muebles, aparatos
 Servicios públicos, teléfono
 * Otros suministros, accesorios
 Atención médica
 Ropa, joyería
 Diversiones
 Asuntos personales
 Educación, investigación privadas
 Cuidado personal
 Tabaco
 Viajes al extranjero, netos

Entre las cuales, la adquisición de artículos de decoración y uso doméstico (artículos decorativos y vajillas de Talavera) podrían ubicarse dentro de la categoría de operaciones domésticas especialmente en el rubro otros suministros y accesorios, que llega a ocupar un 5%⁵ del ingreso total que se ve repartido esencialmente en alimentación y vivienda, necesidades prioritarias.

- Competencia Internacional. Este tipo de competencia se sobrepone a todas las demás y proviene de las marcas y tipos de producto que venden las empresas de diversos países. Así, la competencia internacional de la artesanía mexicana de Talavera, en primera instancia, la podríamos identificar como la artesanía en cerámica y barro elaborada en los diferentes países del mundo.

COMPETENCIA NACIONAL

Es importante informarse sobre la competencia a nivel internacional, sin embargo, habremos primero de revisar la situación dentro de nuestro territorio.

México es un país que se ha distinguido por su riqueza cultural reconocida en todo el mundo, uno de los medios que ha utilizado el pueblo mexicano para expresar su cultura es la producción artesanal y dentro de ésta la alfarería ha sido una de las actividades más prolíficas en todo el territorio mexicano, es así como podemos encontrar artesanía en barro y cerámica en casi cada estado de nuestra república, la cual se distingue por los rasgos propios de cada subcultura u organización indígena o mestiza, en la que se plasman las tradiciones de cada comunidad e incluso su forma de vivir y concebir la vida.

La Talavera no es la única cerámica que se produce en México, existe una loza paralela producida en diferentes regiones del país y a continuación se mencionarán las más reconocidas:

- En Oaxaca, se elabora cerámica esencialmente de barro negro materializada en bellísimos objetos decorativos y de uso, de fuerte acento islámico, con engobes verdes, azules y amarillos.
- La cerámica Guanajuatense también es preciosa, los objetos que más se producen son lebrillos, jarras, floreros y platos. En el mismo estado, en Dolores Hidalgo se desarrolló una alfarería más refinada que presenta decoraciones lineales en color café sobre fondos suaves en verde,

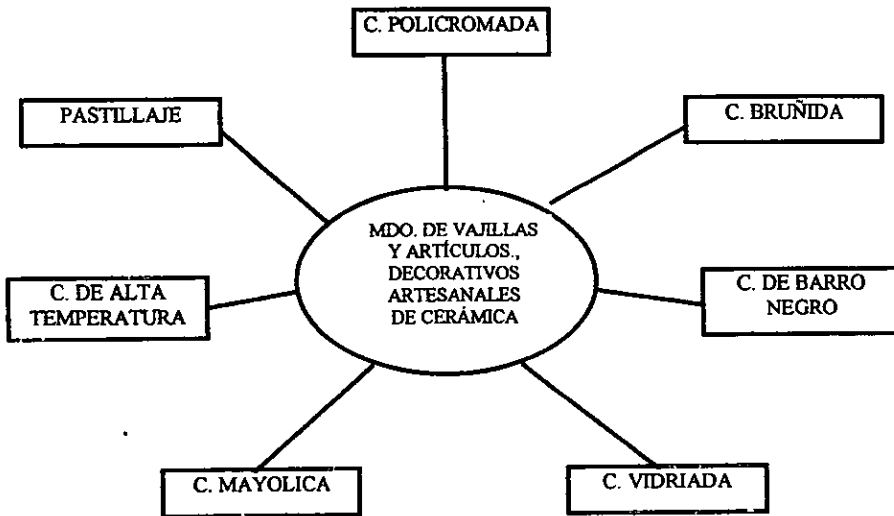
con temas tomados de la vida de esa región.

- También de Jalisco es importante mencionar a los ceramistas de Tonalá, cuya labor empezó en los tiempos prehispánicos y a la fecha han producido obras maravillosas, que sin tener el acabado de la cerámica de Talavera, sobresalen por sus formas no pocas veces decoradas incluso con oro y plata.

A continuación haremos referencia a la competencia que se enfrenta al atacar el mercado de los artículos decorativos y de regalo, y vajillas artesanales, considerando para ello la técnica de fabricación que se emplea en cada caso:

- A □ Cerámica Policromada.
- B □ Cerámica Bruñida.
- C □ Cerámica de Barro Negro.
- D □ Cerámica Vidriada.
- E □ Cerámica Mayólica.
- F □ Pastillaje.
- G □ Cerámica de Alta Temperatura.

COMPETENCIA EN ACCIÓN
según su Técnica de Fabricación



Una vez identificada la competencia nacional más directa, es importante considerar que los artículos decorativos y las vajillas artesanales de Talavera compiten en el mercado, aunque de manera indirecta, enfrentándose a toda clase de artículos elaborados de diferentes materiales, desde las artesanías de vidrio, las figuras decorativas y vajillas de porcelana e incluso las de materiales plásticos.

TABLA COMPARATIVA ENTRE LAS DIFERENTES TÉCNICAS DE ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS EN CERÁMICA DENTRO DEL TERRITORIO MEXICANO

CARACTERÍSTICA ESTADOS EN QUE SE PRODUCE	A	B	C	D	E	F	G
ELABORACIÓN	PUEBLA EDO. MEX. MICHOCACÁN	OAXACA	MICHOCACÁN JALISCO PUEBLA	EDO. MEX. JALISCO OAXACA MICHOCACÁN GUANAJUATO PUEBLA	PUEBLA GUANAJUATO TLAXCALA	OAXACA MICHOCACÁN	CD. DE MEXICO, JALISCO, GUANAJUATO, MORELOS, EDO. MEX.
	CON MOLDES O A PULSO	EN HORNOS DE ORIGEN PREHISPÁNICO	TÉCNICA PREHISPÁNICA QUE CIERRA LOS POROS DANDO IMPERMEABI- LIDAD A LA PIEZA	CON MOLDE Y A PINCELADAS O PASTILLAJE Y ENGRAFIADO PARA LOS PRECOLOM- BINO	REQUIERE DE DOS QUEMAS: UNA PARA ENDURECER EL BARRO Y LA OTRA PARA LOS ESMALTES	MOTIVO DECORATIVO DE ORIGEN INDÍGENA	ORIENTAL QUE PROPORCIONA REFRACTIBIL- LIDAD DUREZA Y RESISTENCIA A LOS ÁCIDOS
APARIENCIA	CON BRILLO	SUA VES CONTORNOS Y DISCRETO BRILLO	TEXTURA DELICADA,	CON BRILLO	CON BRILLO	PREHISPANI- CA	CON BRILLO
DECORACIÓN	COLORES VIVOS	COLOR NEGRO INTENSO	MOTIVOS DE LA NATURALEZA, GEOMÉTRICOS Y ESCENAS COSTUMBRIS- TAS	MOTIVOS RELIGIOSOS	COLORES CALIDOS Y ESCENAS COSTUMBRIS INFLUENCIAS MILENARIAS	RECUBIERTAS DE FLORES O ANIMALES	TRADICIONAL CON REMINISCEN- CIAS DE LA MAYÓLICA
PRODUCTOS PRINCIPALES	ALCANCÍAS, JUGUETES Y DIVERSOS ART. DEC.	OLLAS, FLOREROS Y DIVERSOS ART. DEC.	DIVERSOS ART. DEC., PLATOS, CÁNTAROS, FLOREROS, ETC.	IMÁGENES RELIGIOSAS, MASCARAS OLLAS, Y DIVERSOS ART. DEC.	VAJILLAS, AZULEJOS Y LOSETAS, LAYABOS, JUEGOS DE TÉ. FLOREROS ETC.	DIVERSOS ART. DEC. Y UTILITARIOS COMO PLATOS, ETC.	VAJILLAS, FLOREROS, TIBORES, CENICEROS, ETC.

FUENTE: Arte Popular Mexicano al estilo FONART.

COMPETIDORES NACIONALES

Dentro del territorio nacional existen más de 150³ empresas que se dedican a la elaboración de productos cerámicos (vajillas y demás artículos de uso doméstico, de higiene o de tocador, excepto de porcelana; productos cerámicos, estatuillas y demás objetos de adorno), las cuales se encuentran referidas dentro del anexo I "Principales empresas de el sector en el País" del presente capítulo. A continuación se hace mención sólo de algunas empresas que han destacado de manera especial por su interés y esfuerzo dentro de la actividad exportadora:

- **CORPORACIÓN ÉXITO PARA SU ÉXITO.** Se fundó en 1997 como fabricante de artículos de cerámica, tales como jarrones, vajillas y diversas figuras decorativas. Exporta actualmente a Estados Unidos, Canadá, Centroamérica, España y Holanda.
- **IDEAS DE METAL.** Maneja contratos de manufactura con 25 diferentes talleres, proporcionando los diseños, control de calidad y financiamiento para producción. Exporta a Cetro y Sudamérica diferentes productos, de metal, alfarería, Talavera, etc.
- **ARTESANÍAS ERANDI.** Ubicada en Tonalá - Jalisco, la empresa se ha esmerado por preservar y difundir el milenario acervo cultural y artesanal expresado en el arte popular de la zona, a través de piezas de singular belleza. Exporta vajillas, piezas de servicio, ceniceros y floreros a diversos países como Estados Unidos, Canadá, Chile, Venezuela, Costa Rica, Francia, España, Bélgica, Alemania, Japón e Israel.
- **ARCILLAS ARTÍSTICAS DE OAXACA.** Su principal característica es aprovechar los materiales que ofrece el estado de Oaxaca, dando lugar a artículos de decoración con un sello propio capaz de satisfacer los gustos más exigentes; en los que todos los diseños y acabados son de creación propia. Los productos que comercializa son: vajillas, lámparas, floreros, candeleros, alhajeros, portarretratos y figuras de ángeles.
- **ANSAR.** Es una compañía altamente comprometida con la calidad y profesionalismo ofrecidos a los clientes, así como en lograr el desarrollo de una tecnología propia que la mantenga a la vanguardia de los procesos productivos de Talavera. Elabora: vajillas, souvenirs, objetos de jardinería, acabados para la construcción, presentando más de 200 diseños propios.
- **ARTE EN TALAVERA.** La elaboración de cerámica de alta calidad requiere de cuidado, paciencia y habilidad realizándose siempre a mano una pieza a la vez; así esta empresa elabora productos que conjugan experiencia y talento artístico: vajillas, juegos de té, de café, jarrones, tibores y platos decorativos.
- **TALAVERAS DE ALFENIQUE.** Quien tiene como lema "calidad total y satisfacción al cliente", comercializando artículos como: platos decorativos, ceniceros, tarros cerveceros, jarrones, campanas y vajillas de Talavera.

COMPETENCIA INTERNACIONAL

Para identificar a la competencia internacional comenzaremos por considerar la siguiente información :

FRACCIÓN 6912
Vajillas y demás artículos de uso doméstico, de higiene o de tocador, excepto de porcelana
Exportaciones Definitivas de México
(Países con mayor valor)

País	1997 (Ene.-Oct.) Valor (Dlts.)
E. U. A.	3'947,115.00
Hong Kong	1'470,635.00
Chile	600,114.00
Canadá	165,662.00
Francia	157,962.00
Guatemala	111,068.00
El Salvador	97,908.00
Argentina	86,997.00
España	79,553.00
Australia	64,225.00
Venezuela	53,751.00
Honduras	48,040.00
Dinamarca	42,008.00
Italia	34,768.00
Alemania	23,191.00

Fuente : *BANCOMEXT*

FRACCIÓN 6913
Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica
Exportaciones Definitivas de México
(Países con mayor volumen)

País	1997 (ene.-dic.) Valor (Dls.)
E. U. A.	31'337,669.00
Canadá	2'295,612.00
España	1'470,153.00
Países Bajos	1'278,745.00
Francia	1'036,172.00
Bélgica	654,236.00
Italia	550,365.00
Alemania	542,723.00
Puerto Rico	528,852.00
Venezuela	406,719.00
Australia	394,515.00
Japón	393,004.00
Colombia	344,784.00
Costa Rica	241,855.00
Argentina	238,363.00

Fuente: *BANCOMEXT*

La tabla anterior muestra 15 países a los que exportó México el año pasado; estos países pueden considerarse como los mercados que han resultado más atractivos para las exportaciones de artículos cerámicos mexicanos.

COMPETIDORES INTERNACIONALES

En los países europeos como Italia y Alemania los principales proveedores se encuentran en naciones como Reino Unido, Rumania, Grecia, Brasil, Países Bajos, Portugal, Francia y México.

ITALIA : Importaciones de Artículos Cerámicos
- vajillas y demás artículos de uso doméstico, de higiene o de tocador de loza o de barro fino
(dólares)

País	1996 (Ene.-Oct.)
Reino Unido	6'716,052.00
Francia	1'074,673.00
Rumania	993,312.00
Grecia	831,224.00
Brasil	307,070.00
México	4,833.00

Fuente : *BANCOMEXT*

ALEMANIA : Importaciones de Artículos Cerámicos
- vajillas de cerámica -
(miles de dólares)

País	1994 (Ene.-Nov.)
Italia	3,538
Países Bajos	1,479
Portugal	760
Francia	576

Fuente : *BANCOMEXT*

Será necesario que una vez determinado el mercado meta al que se dirigirá el esfuerzo exportador se revise, en la forma más detallada posible, la mezcla de mercadotecnia que emplean las empresas, tanto nacionales como extranjeras, que han logrado el éxito dentro de ese mercado para determinar en que posición se encuentra la Talavera y que oportunidades de negocio se podrían identificar una vez evaluada la competencia.

1.4 APOYOS GUBERNAMENTALES

COMISIÓN MIXTA PARA LA PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES (COMPEX)

Esta Comisión tiene como objetivo ofrecer un foro, en donde los empresarios de Talavera puedan expresar y analizar la problemática que tienen; así mismo dar seguimiento y solución a los asuntos que se presenten en cualquier sector. Cualquier empresa que requiera emprender acciones hacia una, o bien, varias entidades públicas en las que no se haya podido realizar la exportación, lo podrá realizar por escrito ante la COMPEX; ya que ésta esta precedida por la SECOFI.

Así mismo, las empresas pueden presentar sus planteamientos en tres niveles, que son:

a) PRIMER NIVEL.

En este nivel pueden participar cada uno de los Estados de la República.

Los empresarios y las autoridades administrativas que otorgan los apoyos administrativos (Comisión Estatal), se reúnen la primera semana del mes para poder analizarlas y tomar decisiones que solucionen los problemas de cada uno de ellos.

b) SEGUNDO NIVEL.

Llamado también Instancia Regional.

Aquí se realizan las revisiones de aquellos problemas que no fueron resueltos en las Instancias Estatales en el transcurso de un mes. Son escuchados todos los ponentes sin ninguna limitación de tiempo, por lo cual algunos casos tienen su respuesta de manera inmediata y algunos otros en un máximo de 30 días. En la Instancia Regional se realizan revisiones en forma bimestral.

La República Mexicana se encuentra dividida en 6 regiones geográficas, para facilitar la solución y apoyo a las entidades que lo soliciten:

REGION	ENTIDADES FEDERATIVAS DE LA REGION
Centro	Distrito Federal; Estado de México, Hidalgo, Michoacán, Querétaro y San Luis Potosí.
Sur	Guerrero, Morelos, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Veracruz.
Sureste	Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán.
Occidente	Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco y Nayarit.
Noroeste	Baja California, Baja California Sur, Sinaloa y Sonora.
Norte y Noreste	Coahuila, Chihuahua, Durango, Nuevo León, Tamaulipas y Zacatecas.

c) TERCER NIVEL.

Denominado como la de los Secretarios de Estado.

Aquí se encuentran los problemas que no se pudieron resolver en la Instancia Regional, o en los COMPEX sectoriales; en ella se encuentra el Presidente de BANCOMEXT y los presidentes de los organismos cúpula vinculada con las exportaciones. También se reúne el Presidente de la República cada 4 meses con los empresarios, para ayudar a solucionar aquellas cuestiones que quedarán fuera del alcance de los Secretarios de Estado.

La COMPEX también está en constante búsqueda de identificación, apoyo, promoción y seguimiento de aquellos proyectos de exportación específicos; para así asegurar el éxito de las iniciativas empresariales para exportar productos de gran competitividad a nivel internacional.

De esta manera, las empresas, las asociaciones, las cámaras, o bien las entidades públicas que deseen promover un proyecto de exportación a través de la COMPEX; es necesario que lo realicen por escrito en forma detallada y con información suficiente ante SECOFI, o durante las reuniones Regionales de COMPEX.

También SECOFI presentará de manera periódica un informe a la COMPEX Nacional sobre el avance de los proyectos y de aquellos otros que van a incorporarse a la Cartera de Proyectos de Nuevas Iniciativas viables para la exportación.

A través de COMPEX se puede obtener beneficios al participar en proyectos de exportación, como:

1. Todos los proyectos de exportación generados por la comunidad, tendrán un seguimiento por parte de COMPEX para ver que estos contribuyan a la promoción de exportación de los sectores productivos.
2. Desarrollar programas cuyas acciones promuevan la generación de exportaciones o de inversiones para la exportación.
3. Realizar una Cartera Nacional de Proyectos de Exportación.

Los beneficios que se otorgan, son:

- Realiza concertaciones entre las autoridades y los exportadores, las acciones necesarias para fortalecer las ventas en el exterior.
- Apoya proyectos a todo lo largo de la región.
- Define indicaciones que haga más operativas las medidas de apoyo a los exportadores.
- Indica nuevas medidas que agilicen los trámites.
- Atiende problemas en los que los exportadores caen al entrar a los mercados internacionales. Fundamentalmente ayuda a eliminar trabas y restricciones a la exportación.
- Define políticas a seguir por las entidades públicas que hagan más operativos los apoyos vigentes al exportador, o bien, para establecer nuevos mecanismos que agilicen los trámites.

- Propone medidas promocionales, para que exista una coordinación con los gobiernos de las entidades federativas.
- Indica acciones a seguir con los exportadores para fortalecer las ventas externas y, en particular, para realizar proyectos especiales de exportación que por su importancia requieran de apoyos conjuntos.
- Establece políticas promotoras, claras y sencillas, que adecúen el marco de operación de las empresas a la nueva realidad en el entorno internacional.

A continuación se proporciona la dirección de COMPEX en México :

Insurgentes sur 1940, piso 9, col. Florida
Deleg. Alvaro Obregón, C.P. 01030
Tel. 229 61 00 ext. 3718, 3719
Fax. 229 61 60 y 229 61 61

También existe el foro COMPEX a nivel Internacional que se encuentra ubicado en: Bélgica, España, Italia, Francia y Alemania, los cuales ejecutan:

1. Búsqueda de un acercamiento directo con los importadores de productos mexicanos.
2. Dar solución a aquellos problemas que sobresalgan en los países importadores.
3. La difusión de ofertas exportables.

A su vez, se encuentran Consejerías Comerciales de México en el exterior, que tienen como finalidad:

- a) Visualizar oportunidades de venta de los productos nacionales exportados.
- b) Auxiliar a empresarios por medio de asesorías para así concentrar exportaciones.
- c) Promover la oferta exportable.
- d) Informar de las oportunidades de exportación a través de las ferias y de las exposiciones seleccionadas.
- e) Comunicar los mecanismos de acceso y restricciones para los productos mexicanos.

Algunas Consejerías Comerciales en el exterior, son:

ESPAÑA

Basílica No. 19

6to. piso "A"

Madrid, España 28020

Tels. (98341) 597 4767, 597 3033 y

597 4033

Télex : (502) 23863COMEX E.

Fax: (98341) 597 0039

Área de influencia: España y Portugal.

Ing. Carlos Ceceña Cervantes.

ITALIA.

Centro de la Cooperazione Internazionale.

Largo Africa 20145 Milán, Italia.

Tels: (98 392) 43 6076 y 43 6711

Fax: (98 392) 43 6450

Área de influencia: Italia y Grecia.

Lic. Carlos Comming Mexia.

FRANCIA

4 Rue Notre Dame Des Victories

75002, París, Francia.

Tels: (98331) 40 20 0731 y

42 61 51 80

Télex: (042) 21 50 80

Fax: (98331) 42 61 52 95

Fax emergencia: (98331) 42 86 05 80

Área de Influencia: Francia, Argelia,
Marruecos y Túnez.

Lic. Cecilio Garza Limón

REPUBLICA ALEMANA BONN.

Adenaueralle 100 d-5300 Bonn 1, Alemania.

Tel: (98 49228) 22 3021

Télex: 885 286 CCMXD

Fax: (98 49 228) 26 1004

Fax embajada: (98 49229) 21 1113

Área de influencia: Alemania y Suiza.

Lic. Tamara Kitain de Zimmermann

BERLIN

IHZ-Friedrichstr. 95/Buro 643 0-1086 Berlín.

Tel: (98 4930) 26 43 25 94

Télex: (0069) 11 42 92

Fax: (98 4930) 26 43 25 72

Apartado postal: Mexlkanische Handelmission P.O.B. 11-04-01

W-1000 Berlín 11, Alemania.

Área de influencia: Alemania (Provincias de Mcklenburgo, Sajonia, Sajonia-Anhalt, Turingia y Berlín)

Lic. Rafael Segura Millán.

SISTEMA MEXICANO DE PROMOCIÓN EXTERNA (SIMPEX)

Las representaciones del Banco Nacional de Comercio Exterior dan un apoyo a las empresas mexicanas de Talavera en cuanto a la identificación de oportunidades comerciales, intereses de subcontratación e inversión y licitaciones en el exterior, la exploración de posibles mercados y promoción de una oferta exportable e intereses de conversión nacional en sus áreas de adscripción; a través del Sistema Mexicano de Promoción Externa.

Por medio del SIMPEX se difunde gran variedad de información en cuanto a la oferta exportable del país, la demanda externa de productos mexicanos, los intereses extranjeros para invertir en México y la demanda mexicana de inversión extranjera. También otorga información sobre:

- Economía de México.
- Información legal y financiera de México.
- Mercados internacionales.
- Ferías y eventos.
- Directorio de empresas.

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR (BANCOMEXT)

Algunos de los apoyos que ofrece BANCOMEXT a las empresas de Talavera exportadoras, son los siguientes:

- Encontrar y promover la Talavera con una buena oferta de exportación, brindándole asistencia técnica en la adaptación de sus productos para el mercado internacional.
- Busca ampliar cuantitativamente y cualitativamente la posición de la oferta mexicana de bienes y servicios en mercados externos, concentrando sus esfuerzos en un esquema de promoción selectiva hacia productos y servicios específicos.
- Explotar al máximo la tecnología de punta, para la difusión de las oportunidades que tienen los negocios en México y en el extranjero, por medio de los sistemas y las telecomunicaciones.
- Realizar grandes alianzas estratégicas y fomentar la inversión extranjera en México; para que de esta manera exista una interrelación con la exportación de los productos y servicios con proyectos de inversión, subcontratación y maquila.
- Buscar una unión de promoción-financiamiento que apoye a las empresas de Talavera en el comercio exterior.
- Dentro de los servicios que ofrece son: análisis de mercados, detección y difusión de oportunidades de negocios, identificación de importadores e inversionistas, promoción de inversión extranjera, apoyo en la participación de eventos internacionales y desarrollo de proyectos comerciales.
- También ofrece una variada información en cuanto a normas internacionales, regímenes legales y arancelarios, directorio de proveedores, exportadores e importadores, así mismo como una gran variedad de estadísticas en cuanto al comercio exterior y de mercados y productos. También indica los acuerdos comerciales de libre comercio a los que como exportador se puede sacar provecho.

- La asesoría es otro de los puntos que ofrece BANCOMEXT, para lograr un éxito seguro en la negociación. Hay una gran variedad de asesoría que le ofrece este apoyo, entre ellos puede localizar:
 1. Todos aquellos documentos, trámites y procedimientos necesarios para la realización de la exportación.
 2. Así mismo, los regímenes legales y arancelarios de importación en el país de destino que indique el exportador.
 3. La formación del precio de exportación.
 4. Todas las normas técnicas en que caiga el producto; así como los servicios de consulta en cuanto a los Tratados de Libre Comercio que México ha suscrito.
 5. Contratos de compra-venta internacional y de distribución mercantil internacional.
- Además el Instituto de Formación Técnica promueve la capacitación y desarrollo en materia de comercio exterior. Aquí se realizan varias actividades como talleres, seminarios, diplomados y cursos que orienten al usuario a la práctica de temas como: diplomado de formación técnica en comercio exterior, competitividad internacional, plan de negocios en comercio exterior, tratados de libre comercio, norma ISO 9000, finanzas para el comercio exterior, técnicas de negociación internacional y otros puntos más.

A continuación se proporciona la dirección de BANCOMEXT :

Periferico sur 4333, Col. Jardines en la Montaña, C.P. 14210
Tel. 227 90 00
Fax. 227 90 82

CERTIFICADOS DE ORIGEN PARA PRODUCTOS CON PREFERENCIAS Y CONCESIONES ARANCELARIAS

Los productos mexicanos de exportación pueden llegar a obtener la eliminación o la reducción del pago de aranceles en los países que los importan; esto es debido a tratados o acuerdos internacionales que tiene México, lo cual ofrece una mayor competitividad en los productos. Para poder obtener este beneficio es necesario que el producto mexicano este acompañado de un Certificado de Origen que avale que dicho artículo cumple con las normas establecidas por los acuerdos.

Para que el empresario de Talavera sepa, si su producto esta exento de aranceles; es necesario que acuda a SECOFI a través de su departamento de Certificados de Origen o de sus Delegaciones o Subdelegaciones Federales para que ahí le indiquen si su artículo cae en algún esquema de preferencias arancelarias. Además ya una vez hecha la tramitación del Certificado de Origen deberá llenar un cuestionario de Registro de Productos elegibles para Preferencias y Concesiones; el cual indicará que el producto ha aprobado las normas de origen establecidas por el país importador. Esta tramitación dura 48 horas. En el caso del Distrito Federal, todas las solicitudes deben llevarse al Departamento de Atención al Público de SECOFI.

El exportador podrá requerir todos los Certificados necesarios para su procedimiento, en un lapso de 6 a 12 meses. Cada embarque debe de ir acompañado por un Certificado de Origen.

Existen varios Sistemas Generalizados de Preferencias (SGP) entre ellos se localizan: Estados Unidos de América, los países de la Comunidad Económica Europea, Japón, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Noruega, Suecia, Finlandia, Austria, Suiza, los países que formaron parte de la Unión Soviética y la Europa Oriental.

Para todos estos países es necesario un Certificado de Forma A (ver Cap. II, Regulaciones Arancelarias, Anexo 1), el cual casi por lo general es expedido por SECOFI. Estados Unidos es una excepción en cuanto a este certificado, debido que a partir de 1986 las propias empresas exportadoras, pueden suscribir sus Certificados de Origen correspondientes.

También se cuenta con un Sistema Global de Preferencias Comerciales en Países en Desarrollo (SGPC); lo cual ayuda bastante al otorgar a la empresa un certificado especialmente diseñado, que llega a abarcar a un gran número de países internacionales que están en desarrollo. Así mismo existen los certificados de Artículos Mexicanos que son necesarios para aquellos países que se debe comprobar el origen del producto que va a hacer importado. Este Certificado se utiliza cuando el destino del artículo exportado no se inclina por ningún esquema preferencial arancelario.

A continuación se proporciona la dirección en la que se realizan los trámites para la obtención de Certificados :

SECOFI
Insurgentes sur 1940, piso 10, Col. Florida
Tel. 229 61 00 ext. 3800
Fax. 229 61 09 y 229 61 10

1.5 APOYOS FINANCIEROS

Nacional Financiera pone a disposición de los fabricantes de Talavera del país los siguientes productos y servicios, en sus instalaciones ubicadas en :

Insurgentes sur 1971, torre 3, piso 10
Tel. 325 65 00 y 01
Fax. 325 65 42

OPERACIONES DE CRÉDITO DE SEGUNDO PISO

Nacional Financiera puede financiar todas aquellas inversiones y actividades que contribuyan a modernizar la planta productiva del país y hacerla más eficiente, a través de las Operaciones de Crédito de Segundo Piso. Las empresas podrán tener acceso a estos apoyos por medio de la Red de Intermediación Financiera, conformada por los Bancos Comerciales, Uniones de Crédito, Empresas de Factoraje, Arrendadoras Financieras, Entidades de Fomento y Sociedades Financieras de Objeto Limitado.

OBJETIVO.

Financiar los proyectos de inversión de las micro, pequeñas y medianas empresas:

- La ampliación o modernización de sus instalaciones.
- Incrementar o mantener sus niveles de operación.
- El fortalecimiento de las estructuras financieras de las empresas.
- Prevenir o eliminar las emisiones contaminantes del medio ambiente, el reciclado de sustancias contaminantes, o bien la racionalización del consumo de agua y energía.

SUJETOS DE APOYO.

Proyectos viables de las micro, pequeñas y medianas empresas encargadas de la producción en Talavera.

- Destino de los recursos:
 - * Modernización.
 - * Mejoramiento del medio ambiente.
 - * Reestructuración de pasivos.
 - * Operaciones de cuasicapital.
 - * Materias primas, sueldos y salarios.
 - * Adquisición, construcción y remodelación de naves industriales.
 - * Gastos de fabricación y operación.
 - * Escalamiento de tecnologías a nivel comercial.
 - * Instalación de sistemas de control de calidad.
 - * Estudios y asesorías.

CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO

- El plazo máximo para la amortización de créditos descontados podrá ser hasta 20 años, incluyendo el periodo de gracia, de acuerdo a la capacidad de pago de la empresa y a los requerimientos del proyecto.
- El financiamiento podrá otorgarse en moneda nacional y extranjera; esta última se aplicará cuando las empresas sean generadoras de divisas, coticen a precios internacionales o cuenten con mecanismos de cobertura cambiaria.
- La tasa de interés al usuario final será en moneda nacional, la tasa del THIE más el margen de intermediario financiero; en moneda extranjera, se establecerá en función del plazo, tomando como base la Tasa Libor a 3 meses.
- El monto máximo de financiamiento se determinará en función del tamaño de la empresa y de las características del proyecto.
- El porcentaje de descuento que Nacional Financiera podrá llevar a cabo, será de hasta el 100% de los créditos que los intermediarios financieros otorguen a favor de cualquier estrato de empresa.

OPERACIONES DE CRÉDITO DE PRIMER PISO

El otorgamiento de créditos en forma directa tiene un carácter selectivo, y sólo aplicará para el financiamiento de nuevos proyectos que tengan por objeto la creación y/o modernización de empresas productoras de bienes y servicios, primordialmente de la industria manufacturera, y que contribuyan al desarrollo de proveedores, a la generación de empleos y/o al fortalecimiento del sector externo.

OBJETIVO

Financiar con recursos de largo plazo a empresas para:

- Apoyar la adquisición de activos fijos.
- Conformar o fortalecer su capital de trabajo permanente.

DESTINO DE LOS RECURSOS

En las empresas productoras de Talavera, los recursos deberán destinarse a financiar inversiones en activos fijos que contribuyan a la ampliación o modernización de sus instalaciones:

- Adquisición, construcción y remodelación de naves industriales.
- Adquisición de materias primas, materiales de producción, integración de inventarios, pago de sueldos y salarios, gastos de fabricación y operación así como financiamiento a clientes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS FINANCIAMIENTOS.

- Los plazos y períodos de gracia de los créditos de primer piso se determinarán en función del flujo de efectivo de la empresa y de las características del proyecto. El plazo máximo podrá ser de 20 años, incluyendo un período de gracia de 3 años.
- El financiamiento podrá otorgarse en moneda nacional y extranjera; esta última se aplicará cuando las empresas sean generadoras de divisas, coticen en precios internacionales o cuenten con mecanismos de cobertura cambiaria.
- La tasa de referencia se aplicará para los créditos en moneda nacional será la Tasa TIIE, y en caso de moneda extranjera será la Tasa Libor.
- El monto máximo de financiamiento se determinará en función del tamaño de la empresa y de las características del proyecto.
- El porcentaje de participación de Nacional Financiera podrá ser hasta del 70% del monto a invertir en el proyecto.

PROGRAMA DE APORTACIÓN ACCIONARIA

A través de su Programa de Aportación Accionaria, NAFIN apoya con capital de riesgo en forma selectiva, minoritaria y temporal, con alto potencial de exportación.

La participación dentro de una empresa de Talavera, puede darse en forma directa mediante la suscripción de acciones, o en forma indirecta a través de Sociedades de Inversión de Capitales y Fondos multinacionales.

OBJETIVO.

Complementar los recursos de capital requerido por los promotores privados, para financiar sus proyectos de inversión. La participación de NAFIN se realiza mediante la suscripción de acciones hasta por el 25% de capital social de la empresa, y su permanencia no puede exceder de un plazo máximo de 5 años.

El apoyo se realiza a través de :

- Sociedades de Inversión de Capitales (SINCAS).

Las SINCAS integran aportaciones de inversionistas privados y/o institucionales, las cuales forman una empresa dedicada a invertir en el capital social de otras empresas.

Nacional Financiera participa con capital de riesgo en diversas SINCAS de carácter nacional y regional, e invierte a través de estos fondos en el capital social de empresas pequeñas y medianas con el fin de fortalecer su estructura financiera y otorgarles asistencia técnica y financiera.

FONDOS MULTINACIONALES.

Son fondos de capital de riesgo, que agrupan inversionistas privados e institucionales de diversas nacionalidades, promueve activamente la constitución de fondos multinacionales, facilitando la participación de inversionistas extranjeros en empresas mexicanas.

EUROPEAN COMMUNITY INVESTMENT PARTNERS (ECIP).

A través del Convenio de Cooperación Financiera con la Unión Europea, ha desarrollado el ECIP para apoyar empresas mexicanas y europeas que tengan interés en desarrollar proyectos conjuntos de inversión.

ENCUENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL NAFIN-MÉXICO

Se suscribió adicionalmente un convenio con la Comunidad Europea para el establecimiento de una estructura operativa de atención denominada Eurocentro de Cooperación Empresarial NAFIN-México, ofrece a la comunidad empresarial del país los siguientes servicios:

- Identificación de contrapartes en Europa.
- Asesoría en la formulación de sus proyectos de cooperación.
- Seguimiento individualizado de los proyectos.
- Participación en ferias especializadas y misiones empresariales.
- Organización de encuentros empresariales sectoriales.
- Orientación y acceso a financiamientos de capital de crédito, en materia de alianzas estratégicas.
- Consultoría sobre la capacidad de internacionalización de las empresas.

PROGRAMA DE DESARROLLO A PROVEEDORES

Apoya a las empresas para obtener insumos y/o productos de calidad a costos competitivos, impulsando el desarrollo de una Red de Proveedores eficiente y confiable.

OBJETIVO.

Vincular en un mismo esfuerzo a las empresas y a los intermediarios financieros, para apoyar el desarrollo de proveedores facilitando acceso al financiamiento.

BENEFICIOS.

Para la empresa Compradora.

- Contar con una Red de Proveedores confiable y competitiva.
- Garantizar que sus proveedores cuenten con el financiamiento requerido.
- Asegurar el suministro oportuno de partes e insumos en condiciones competitivas.
- Mayor control en la calidad del producto final.

Para el Proveedor.

- Acceso a un mercado estable y creciente.
- Preservar e incrementar sus ventas.
- Mejora en su control de calidad y nivel de productividad.
- Acceso a información y asesoría especializada.

PROGRAMA DE APOYO A EMPRESAS INTEGRADORAS

Nacional Financiera fomenta la integración de micro, pequeños y medianos empresarios, para que al asociarse logren contar con servicios especializados de promoción, comercialización, gestión tecnológica, subcontratación, financiamiento y estándares de diseño.

OBJETIVO.

- Elevar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas asociadas.
- Inducir su especialización en algunas de las diferentes etapas del proceso productivo.
- Consolidar su presencia en el mercado interno e incrementar su participación en la exportación.

OPERACIONES DE CRÉDITO DE SEGUNDO PISO.

- Capital de trabajo.
- Nuevas tecnologías.
- Cuasicapital.
- Créditos a tasa fija.
- Programa de garantías.
- Programas de aportación accionaria.
- Alianzas estratégicas.
- Capacitación y asistencia técnica.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Nacional Financiera apoya la creación de alianzas estratégicas internacionales entre empresas mexicanas y del exterior, como medio para incrementar la competitividad de empresas establecidas en el país.

Facilita a las empresas mexicanas el acceso a nuevos mercados, líneas de productos y procesos, sistemas de producción, materias primas y recursos financieros.

BANCOMEXT

Con el fin de brindar un apoyo integral a la comunidad empresarial mexicana que le permita incrementar su competitividad internacional, el Banco Nacional de Comercio Exterior presta asistencia financiera por medio de los intermediarios financieros, aprovechando su infraestructura para facilitar el acceso a dichos servicios.

Atiende en todos los estados del país a empresas con potencial de exportación, a exportadores directos e indirectos e, incluso, a compradores extranjeros que realizan importaciones de bienes y servicios producidos en México.

Para solicitar un crédito es necesario que la empresa entregue la solicitud que el banco le proporcione debidamente requisitada y acompañada de la información que en ella se estipula para cada tipo de apoyo (de carácter legal, financiero, de mercado, administrativo, técnico).

En este sentido, el banco ofrece los servicios financieros que se señalan:

CRÉDITO.

Ofrece recursos a las empresas mexicanas para que cuenten con lo necesario para financiar las etapas que integran el ciclo productivo; acopio y mantenimiento de materias primas; producción, acopio y existencias de bienes terminados, importación de insumos; pago de sueldo de la mano de obra directa, y de la prestación de servicios.

Este tipo de crédito está dirigido a empresas con proyectos viables desde el punto de vista técnico, de mercado, administrativo y financiero relativos a la producción de bienes y servicios no petroleros que directa o indirectamente generen divisas.

El financiamiento que el banco proporciona puede representar hasta el 70% del valor de las facturas, pedidos o contratos, o hasta el 100% del costo de producción, según las necesidades del cliente.

El banco canaliza los créditos en dólares estadounidenses o en moneda nacional, de acuerdo con los requerimientos del cliente a plazos de hasta 180 días para el sector manufacturero.

Una vez aprobado el crédito, este se puede ejercer mediante la entrega al banco de diversos documentos, entre los que destacan una copia de el paquete de facturas de los bienes y servicios cuya compra-venta se realizó durante el último o penúltimo mes anterior a la fecha de disposición del crédito, o bien los pedidos en firme o contratos de suministros establecidos a favor de la empresa, o cartas de crédito irrevocables o facturas de compra de insumos.

VENTAS DE EXPORTACIÓN.

También presta recursos financieros a las empresas mexicanas para que éstas, a su vez, otorguen crédito a sus compradores; de esta forma, puedan ofrecer a sus clientes productos y servicios en condiciones competitivas.

El banco puede financiar hasta el 90% del valor de las facturas, pedidos o contratos en el caso de la ventas de corto plazo, y de hasta el 85% del valor de la factura o hasta el 100% del contenido nacional de producción, el que sea menor, en el caso de ventas de largo plazo.

Ofrece créditos en dólares estadounidenses o en moneda nacional, de acuerdo con los requerimientos del cliente, a plazos de hasta 180 días o más si se trata de bienes intermediarios o de capital que requieran financiamiento a mediano o largo plazos. Una vez aceptado el otorgamiento del crédito, para disponer de los recursos se requiere, entre otros documentos, de la copia del paquete de facturas de los bienes y servicios cuya compra-venta se realizó durante el último o penúltimo mes anterior a la fecha de disposición del crédito.

PROYECTOS DE INVERSIÓN.

Financia proyectos de nueva creación o la ampliación o modernización de empresas ya establecidas con proyectos viables desde el punto de vista técnico, de mercado, administrativo y financiero que produzcan bienes y servicios no petroleros y que directa o indirectamente generen divisas.

Financia hasta 50% del monto total de la inversión para proyectos de nueva creación y hasta 85% del valor del proyecto de ampliaciones o modernizaciones de empresas en marcha.

Los créditos se otorgan en dólares estadounidenses o en moneda nacional, de acuerdo con los requerimientos del cliente, a plazos que se determinan en función de los flujos de ingresos del proyecto.

Una vez aceptado el otorgamiento del crédito, para disponer de los recursos las empresas deben entregar al banco una copia, de:

- Facturas de los bienes y servicios, comprobantes de pago y pedimento de importación.
- Pedidos u órdenes de compra a proveedores extranjeros.
- Carta de instrucción de pago, en su caso.

CRÉDITO AL COMPRADOR.

Se ofrece a los importadores de bienes y servicios mexicanos por medio de una institución financiera en el país del importador acreditada por el banco.

Las líneas de crédito al comprador permiten impulsar el desarrollo del sector exportador de México y mejorar la competitividad de los productos y servicios mexicanos en el extranjero.

Los importadores pueden adquirir servicios, bienes de consumo inmediato, bienes de consumo duradero y bienes de capital de origen mexicano con un grado de integración nacional mínimo de 30%, con financiamiento de plazos otorgados por instituciones financieras en su país, mientras que el exportador recibe el pago de su venta al contado. Así mismo se financian proyectos de inversión en los que participan empresas mexicanas.

BANCOMEXT canaliza los recursos que financian 100% del valor de la factura para operaciones de corto plazo y hasta 100% del contenido mexicano, sin exceder 85% del valor de la factura, para plazos mayores a un año.

CARTAS DE CRÉDITO

Para brindar al exportador la certeza de recibir pago de sus ventas por parte del importador. En este sentido, el banco actúa como banco notificador o confirmador, recibiendo cartas de crédito de exportación provenientes del extranjero a favor de exportadores mexicanos. El pago a estas empresas se realiza puntualmente una vez que los documentos presentados cumplen con los términos y las condiciones establecidas.

Además de que ofrece certidumbre en cuanto a su interpretación, ya que está normada por reglas internacionales de comercio, lo cual facilita la concesión de sus negocios con instituciones o empresas de otros países. El banco emite cartas de crédito de importación doméstica en 24 horas, a costos competitivos, a partir de la entrega de la solicitud completa y en orden. Se ofrecen tanto a acreditados de BANCOMEXT, con cargo a su línea, como no acreditados, mediante pago anticipado.

Las cartas de crédito de importación permiten a los compradores hacer llegar sus pagos de manera fácil y rápida a sus proveedores, ya que el banco cuenta con una extensa red de bancos corresponsales, una amplia capacidad de fondeo en los mercados internacionales, personal especializado y sistemas integrales automatizados que sustentan el ofrecimiento de un servicio eficiente. Así mismo se emiten cartas de crédito domésticas para cubrir transacciones comerciales efectuadas en el territorio nacional.

Las cartas de crédito de importación pueden ser financiadas a tasas preferenciales y a plazos hasta de 10 años tratándose de proyectos de inversión.

GARANTÍAS.

Ofrece un esquema integral de garantías para facilitar a los exportadores mexicanos el acceso al crédito y reducir el riesgo de falta de pago de sus ventas en los mercados internacionales, contribuyendo a crear un entorno de certidumbre que fomente el desarrollo de actividades de comercio exterior.

- Garantía de Preembarque.

Las empresas mexicanas exportadoras quedan protegidas de la pérdida neta de los bienes de exportación a la que éstas, durante la etapa de producción, puedan enfrentarse como consecuencia de riesgos políticos, catastróficos o comerciales ocurridos en el país del importador.

Su beneficio principal es proteger a dichas empresas contra pérdidas.

- Garantía de Postembarque Global.

Esta garantía cubre al exportador mexicano contra la falta de pago por parte del importador, una vez que los bienes fueron recibidos por este último. Así mismo, protege a una institución financiera intermediaria de incumplimiento de pago de un crédito otorgado a un exportador por la causa antes mencionada.

- Garantía de Postembarque que Específica.

Cubre la pérdida neta que sufre el exportador mexicano por la falta de pago del importador por una sola operación con un cliente único y ampara por lo general operaciones de mediano y largo plazos. Esta garantía es particularmente útil para aquellos exportadores que realizan una operación comercial con importadores que radican en países con mayor nivel de riesgo.

- Garantía amplia de Crédito.

Cubre la banca comercial contra la falta de pago de los créditos que se hayan otorgado a empresas mexicanas para financiar las etapas de producción y ventas.

- Garantías Contractuales.

Estas garantías protegen de la materialización de determinados riesgos a las instituciones financieras intermediarias que otorguen garantías a empresas mexicanas para su participación en licitaciones internacionales.

CAPITAL DE RIESGO

Apoya a las empresas mexicanas mediante la participación en su capital social con el fin de fortalecer su estructura financiera, fomentar la incorporación de inversionistas nacionales o extranjeros o desarrollar proyectos de expansión que les permitan incrementar su competitividad internacional. La participación accionaria de BANCOMEXT es temporal y minoritaria, hasta por un máximo de 25% del capital social de la empresa.

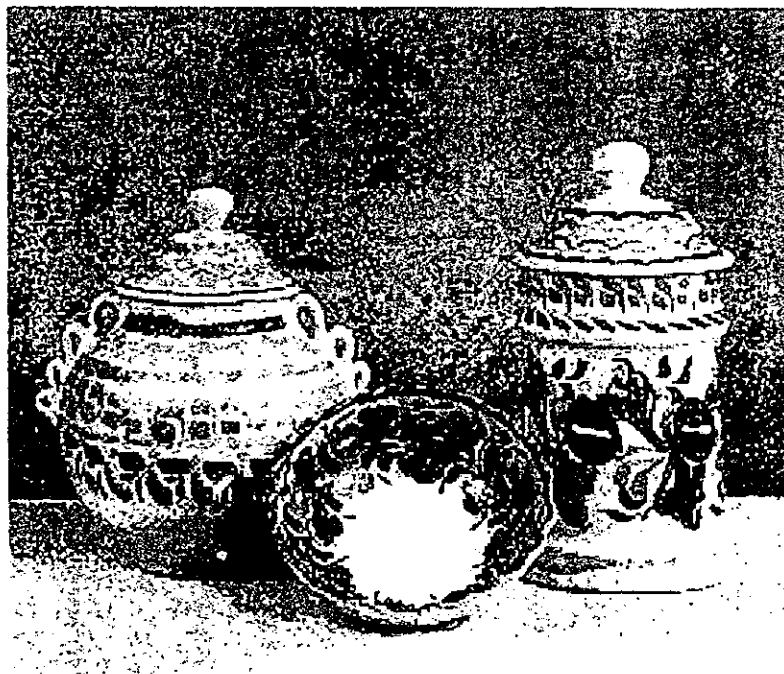
SERVICIOS DE TESORERÍA.

Ofrece el servicio de compra-venta de divisas spot a fin de facilitar a las empresas la conversión requerida de monedas derivada del financiamientos recibidos o la emisión o pago de cartas de crédito. Los valores se cotizan el mismo día, 24 y 48 horas, para transacciones superiores a 5000 dólares, además que proporciona el servicio de compra-venta de dólares a futuro, conocida también como forward o contrato adelantado.

AVALÚOS.

BANCOMEXT ofrece el servicio de avalúos de bienes inmuebles entre otros, lo cual contribuye a que cuenten con las garantías requeridas para la obtención de financiamientos para sus operaciones internacionales.

ANEXO



CAPITULO I

PRINCIPALES EMPRESAS DE ESE SECTOR EN EL PAÍS (VAJILLAS):

RAZÓN SOCIAL:

DIRECCIÓN:

Imagen artículos Deags. S. de R. L.

José Ma. Romo No. 119
C.d. Industrial
Aguascalientes.

Villafa A Gómez

Jardines eternos No. 404 P. B.
Col. Panorama
Aguascalientes

Gallegos Preciado Rebeca

Rayón No. 207
Col. Centro
Aguascalientes

Florería la Rosa de Oro

Av. de la convención No. 101 C
Col. Héroes
Aguascalientes

Cerámica Arte Bello S.A. de C.V.

Av. 6ta y 6 de enero S/N
Col. Ejido Fco. Villa
Tijuana Baja California

Cast Art. Industries de México, S.A. de C.V.

Prolg. Blvd. Díaz Ordaz No. 14500
Col. Los Pinos
Tijuana Baja California

Cervantes Tovar Manuel

Av. Costa-O No. 615
Col. Jardín
Tijuana Baja California

Cerámica Regalmex S.A.

Km. 53 carretera Tijuana- Mexicali
Rancho San José
Tecate Baja California

Eastlake Manufacturig de México S.A. de C.V.

Bldv. Agua Azul No. 7024
Loma Bonita
Tijuana Baja California

Loza Eléctrica S.A. de C.V.

C. Maquiladoras No. 99
Mesa Otay
Tijuana Baja California

Productos de barro San Pablo S.A. de C.V.

Tijuana
Col. Villa Artesanal Milton C.
Tecate Baja California

Pi-ata Land S.A. de C.V.	Av. Hermosillo No. 500 C Cacho Sur Tijuana Baja California
Salvino Internacional S.A. de C.V.	Río churubusco No. 407 Cuahtemoc Tecate Baja California
Tecate Ceramics. S.A. de C.V.	Carretera Mexicali-Baja California Km. 123 Rancho San José Tecate Baja California
Toscano Mejía Victor	Calle 3ra. No. 485 Libertad Tijuana Baja California
Borobon Flores Sandra	Pastor ramos No. 1944-A Col. Nueva Mexicali Baja California
Ricardo Gregorio Castorena Jiménez	Tapiceros No. 1663 Col. Industrial Mexicali Baja California
Duarte Nájera Carlos Ramón	Zuazua No. 569-A Primera sección Mexicali Baja California
Distribuidora Samanta	Altamirano No. 461-B Zona centro Mexicali Baja California
Edén Florería y regalos	Av. Reforma No. 1134 Col Nueva Mexicali Baja California
Josefina Molina Soto	Tapiceros No. 2099 Col Burócratas Mexicali Baja California
Presas González Evangelina	Av. Madero No. 1991 Col. Nueva Mexicali Baja California
Carlos Mauricio Rojas García	Av. Juárez S/N Zona Centro Mexicali Baja California
Shimizo González Xochitl Akemi	Calle México No. 238 Zona Centro Mexicali Baja California

Aragón Escobar María Yesenia	Av. Revolución No. 416 int. 8 Centro Tijuana Baja California
Enriquez Díaz Irma	Benito Juárez No. 1438 Zona Centro Tijuana Baja California
Corporativo Industrial Art. Lees S. de R.L.	Valentín Gómez Farias No. 840 Centro La Paz Baja California Sur
Cerámica y palceria dunas	Valentín Gómez Farias No. 841 Centro La Paz Baja California Sur
Alfarería y vivero Santa Fe S. de R.L. de C.V.	Altamirano No. 1985 Centro La Paz Baja California Sur
Jardines de Morelos S.P.R. de R.L. de C.V.	A. Rosales No. 1985 Centro La Paz Baja California Sur
Novedades Aguascalientes	Abasolo esq. cpn 20 de noviembre Centro La Paz Baja California Sur
Heriberto Castro Torres	Alvaro Obregón S/N Centro La Paz Baja California Sur
María Elena Pérez Alvarez	Bravo No. 1440-5 Centro La Paz Baja California Sur
Corral González Luis	Malvarrosa E/ Guijarro S/N San José La Paz Baja California Sur
Enrique Cota Agundez	Domicilio Conocido Santa Rosa Los Cobos Baja California Sur
Artemisa Pelaez Valdivia	Serdan e Independencia y Reforma Centro La Paz Baja California Sur
Margarita Isabel Banda Garces	Av. López Mateos No. 22-A San Roman Campeche Campeche

Plantas de ornato	Av. Patricio Trueba de Regil S/N Fracciorama Campeche Campeche
Arte Cerámico Saltillo S.A. de C.V.	Calle la Herradura S/N La Aurora Coahuila Saltillo
Cerámica Diamante S.A. de C.V.	Congregación los González Km. 4.5 Saltillo Coahuila
Cerámica S.A. de C.V.	Bld. Díaz Ordaz No. 761 Eulalio Gutiérrez Coahuila Ramos Arizpe
Cerámica Kristal S.A. de C.V.	Parque Industrial San Pedro S/N Centro Torreón Coahuila
Alfredo Correa Hernandez	Bld. Jesús Valdés Sánchez No. 5084 Bonanza Saltillo Coahuila
Cerámica Santa Anita S.A. de C.V.	Bld. Isidro López Zertuche No. 4876 Corredor Industrial Saltillo Coahuila
Cerámica San Pedro	Parque Industrial San Pedro S/N Centro San Pedro Coahuila
C.P. Luis Fernando García Manzano	Perugia 1017-B Desp. 4 Fracc. Cumbres Saltillo Coahuila
Internacional de Aceros Térmicos S.A. de C.V.	Av. Industria siderúrgica 2047 Parque Industrial ramos Arizpe Coahuila
Luis Lauro Lozano Urista	Hidalgo No. 301 sur Centro allende Coahuila
Flores y Regalos Faz	Galeana No. 469 Ote. Centro Acuya Coahuila
Florería Juanita	Guerrero No. 450 Centro Acuya Coahuila

Juana Bustos Cruz	Nicolas Bravo No. 119 barrio 3 Barroteras Muzquiz Coahuila
Viveros la Pradera	Av. López Mateos 803 Roma Piedras Negras Coahuila
Fernando Julio Morales Villareal	Blvd. Paseo de los leones S/N Col Reynera Sabinas Coahuila
Tomasa Rojas Flores	Blvd. Carranza No. 4391-B Virreyes Residencial Saltillo Coahuila
Genaro Umezawa Trelles/ Quintana Japonesa	Fco. Murguía No. 330 Nte. Centro Saltillo Coahuila
Clotilde Sotomayor Solis	Javier Mina No. 60 el mancho Centro Colima Colima
Ma. Dolores Vázquez Anguiano	Camino Real No. 44 Camino Real Colima Colima
José Vázquez Perete	Medellín No. 27 Centro Colima Colima
Vargas Rojas Ma. Guadalupe	Morelos No. 167-A Centro Colima Colima
Eber Meza Laguna	8A. Oriente Sur No. 702 Centro Tuxtla Gutiérrez Chiapas
Valle Uriostegui Carlos	4A. Av. norte No. 39 Centro Tapachula Chiapas
Navarro Suarez Cynthia Cecilia	Sorrento No. 1321 Contry Raquet Club Juárez Chihuahua
Valencia Lizarraga Luis Felipe	González Ortega No. 5706 Granjas Chihuahua Chihuahua

Florería Brenda	Juárez No. 1305 Centro Chihuahua Chihuahua
Blue Balloon	Ignacio Ramírez No. 425 Sur Las Palmas Coyame Chihuahua
Florería Ma. Cristina	Calle 4A. y Av. 2A Nte Centro Delicias Chihuahua
Juan Carlos Alarcon Gallegos	Plutarco Elias Calles 1106 La Raza Coyame Chihuahua
Carmen Armenta Lizarraga	Ave. 16 de septiembre 1905 Partido Romero Coyame Chihuahua
Fernando Aguilar Flores	Lerdo 364 Centro Coyame Chihuahua
Moroni Aguilar Flores	Lerdo 364 Centro Coyame Chihuahua
Florería Luzerma	C. Amaya y ayuntamiento No. 4305 Galeana Coyame Chihuahua
Corral Herrera Monica	Manuel Gómez Morin 1568-5C Residencial Satélite Coyame Chihuahua
Liliana Estrada Valdés	Plutarco Elias Calles 2340-06 U. Hab. Benito Juárez Coyame Chihuahua
Naturaleza Mexicana	Hidalgo 551 Centro Coyame Chihuahua
Florería Misel	Insurgentes No. 2037 Ote. Ex-Hipodromo Coyame Chihuahua
Soto Chavez María del Carmen	Ignacio Zaragoza No. 1868 Centro Coyame Chihuahua

Norma Patricia Enriquez	Segunda 1604 Centro Chihuahua Chihuahua
Víctor Javier Mendoza Ruiz	Zarco 3204 Zarco Chihuahua Chihuahua
Dania Montoya Acosta	Ave. Francisco Villa 3700-25A Cotinas del sol Chihuahua Chihuahua
Parra Loustaunau Luz y/o Centro Comercial Lucy	Sabino 610-A Granjas Chihuahua Chihuahua
Bertha Alicia Rivero Villalobos	Lisboa 1802 Mirador Chihuahua Chihuahua
Jorge Luis Quiñones	Libramiento Gómez Morin No. 86 Centro Casas Grandes Chihuahua
Julian Andrés Rodríguez Narvaez	Constitución 218 int. Centro Casas Grandes Chihuahua
Esqueda Aguirre Felipe	Rodolfo Ogarrios 2072 Obrera Cayome Chihuahua
Javier Cofurfán López	24 No. 2119-2 Unidad Chihuahua Chihuahua Chihuahua
Frutería Sehua	José Ma. Iglesias No. 6115 Panorámico Chihuahua Chihuahua
Andrade Gutiérrez Felipe	Juan de Dios No. 89 Toriello Guerra D.F.
Araiza Ramírez Juana María	San julio No. 9 Mz. 523 Lt. 9 Santa Ursula D.F.

Aluminaart S.A. de C.V.	Playa Langosta No. 149 Marte D.F.
Artesanías y Materiales S.A.	Lagos Mask 5 205 Anahuac D.F.
Artesanías Navine S.A. de C.V.	Autopista México Cuernavaca No. 4367 San Pedro D.F.
Cerámica Alcázar S.A. de C.V.	C. Real Xochimilco No. 97 Tetepan D.F.
Cerámica Artesanal de Michoacan	Bosques de las lomas Miguel Hidalgo D.F.
Casa Esquivel Hermanos S.A.- de C.V.	Berlin No. 119-E Del Carmen D.F.
Cerámicas y Porcelanas Foster S.A. de C.V.	Antiguo camino culhuacan No. 259 Santa Isabel Industrial D.F.
Cerámica Rincón S.A.	Jacarandas No. 17 San Lorenzo Atemoaya D.F.
D Cynthia S.A. de C.V.	Rosseau No. 68 Anzures D.F.
Esquivel Ayala Mireya	Bethoven No. 156 B Peralvillo D.F.
Fabrica de loza El Ánfora S.A. de C.V.	Ánfora No. 71 Azteca D.F.
Goldfeder Leneman Nathan	Manuel Doblado No. 112 Desp. 102 Centro D.F.

Roberto O Díaz del Campo Lima	Fernando 90 Álamos D.F.
Taller Experimental de Cerámica S.A.	Terreno adjunto al 76 Aguayo Col de Carmen D.F.
Espinoza Loen Gerardo	Batallones Rojos 205-E 15-302 San Felipe Barramontes D.F.
Silvia Clementina González Escarcega	Felix parra 104 bis San José Insurgentes D.F.
Manuel Lam Santiesesteban	Melchor Ocampo 100-8 Del Carmen D.F.
Moncada Vázquez María Luisa	Abasolo 208 Tetepan D.F.
Heidi Shalen Martínez	Av. clavería 17 B Clavería D.F.
Reyna Cisneros Luz María	Montevideo No. 22 Lindavista D.F.
Hernandez Moreno José Oscar	Calz. de la viga No. 901-16 Barrio de Santiago D.F.
Jaime Martínez Puente	Francisco Sarabia 812 Barrio de analco D.F.
María Antonieta Torres Castaños	Bruno Martínez No. 303 local sur centro Durango Durango
Amaro Muñiz Josefina	Canal No. 45 Centro Allende Guanajuato

Ma. del Carmen Linares Mata	Guadalupe 210 Centro Celaya Guanajuato
José Guadalupe Macias	Quintana Roo 121 Centro Celaya Guanajuato
Calderon Pagua Ma. Dolores	Monterrey No. 5 Zona Centro Salamanca Guanajuato
Arte y decoración Marua	5 de mayo 612 Zona Centro Salamanca Guanajuato
Cortes Hernández Mario	Allende No. 31 Centro Tula de Allende Hidalgo
Maya Martínez Emma	Constitución NY 218 Centro Tula de Allende Hidalgo
Porras Hernández Irma	Hidalgo No. 203 Centro Tula de allende Hidalgo
Lascano Gutiérrez Francisca	Pasaje Doria local No. 19 Centro Tulancingo de bravo Hidalgo
Artesanías Hacienda Real S. A. de C. V.	Puerto todos los santos No. 147 Monumental Guadalajara Jalisco
Alfarería Cecilio Aldana	Av. Juárez 95 Centro Tlaquepaque Jalisco
Gamboa Gutiérrez José de Jesús	Anesagasdti 158 Tonalá Tlajomulco Jalisco
Arana Alcalá Juan Ramón	Hidalgo No. 208-A Tonalá Tonalá Jalisco
Alvarado Beltran Guadalupe	Juárez No. 133 Tonalá Tonalá Jalisco

Alcala Barboa Rosa Maria	Javier Mina No. 15 Tonala Tonala Jalisco
Arana Pérez Isabel	Madero No. 29 Tonala Tonala Jalisco
Accro Orozco Miguel	Emiliano Zapata No. 203 Tonala Tonala Jalisco
Artesanías Erandi S.A. de C.V.	López Cotilla No. 118 Tonala Tonala Jalisco
Alfareria Frias S. de R.L.M.	Cotilla No. 118 Tonala Tonala Jalisco
Agui-iga Ortega Jorge Alejandro	Niño artillero No. 43 Tonala Tonala Jalisco
Arana Nuño Lidia	Santos degollado No. 83 Tonala Tonala Jalisco
Aguirre Martínez Beatriz Irene	Herrera y Cairo No. 1375 Santa Teresita Guadalajara Jalisco
Bautista Chaveste José Luis	Morelos No. 65 Centro Tonala Jalisco
Barajas Gómez Amelia	Alvaro Obregón No. 253 Tonala Tonala Jalisco
Basilio Medrano Eva Adriana	Fco. Y Madero No. 70 Tonala Tonala Jalisco
Bautista Torres Gabriela	Priv. Juárez No. 33 Tonala Tonala Jalisco
Becerra Gómez José Isabel	Privada Juárez No. 19 Tonala Tonala Jalisco

Bejarano Mier Edgar	Pavo 546 Centro Guadalajara Jalisco
Briones Orozco María del Refugio	Juárez No. 164-2 Tonala Tonala Jalisco
Miguel Angel Diaz González	Nicolas Bravo No. 26 Centro Tala Jalisco
María Refugio Ruelas Ruelas	López Mateos No. 102 Cruceiro de Santa María San Martín Hidalgo Jalisco
Jiménez Valencia Esperanza	Portal allende No. 20 Centro Sayula Jalisco
García de la Vega Ana Georgina	Turquesa No. 3322-7 Residencial Victoria Guadalajara Jalisco
R. de León Padilla	Juárez No. 102 Centro San Juan de los Lagos Jalisco
Eguiarte Aceves Leticia	Portal Morelos No. 15-B Centro Sayula Jalisco
Flores Orozco Ma. Luisa	Ramón Corona No. 6 Centro Sayula Jalisco
Alfredo Alvarez Cedano	Independencia 323 Centro Tlaquepaque Jalisco
Alcántara Ramírez María Natalia	Afrodita No. 56 Ensueños Cuautitlán Izcalli Edo. de México
Alfarería y cerámica la casa de la luna	Vicente Guerrero No. 196 Barrio San Miguel Metepc Estado de México
Margarita Aguilera Hernández	Tonatica No. 42 Atlaacomulco Nezahualcoyotl Estado de México

Bronces Clásico S.A. de C. V.

Margarita Chorne No. 81
Cuautitlán
Cuautitlán Izcalli Estado de México

Maber Industrial S.A. de C.V.

Ajusco No. 112
Xinantecatl
Metepc Estado de México

Sr. Morales López Héctor

Priv. Orozco No. 3
San Isidro Atlautenco
Ecatepec Estado de México

Blanca Estela Guzman Gutiérrez

Av. Independencia 413
Huacaltzinga
Atotonilco Jalisco

Diana Mireya Davila Cornejo

Av. Juárez No. 103 local 6
Centro
Valle de Bravo Estado de México

Viquez Arizmendi Ana Irene

5 de mayo No. 19
San Lorenzo Tepaltitlán
Toluca Estado de México

Zepeda Elizalde María Lidia

Jesús Rodríguez 351 Ote.
Militar
Salvador Alvarado Sinaloa.

CAPITULO II



LOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN PROMISORIOS PARA EL SECTOR

2.1 VOLUMEN Y VALOR DE CADA MERCADO DE EXPORTACIÓN

Con el fin de determinar los mercados de exportación más atractivos, se llevará a cabo una evaluación comparativa entre cada país al que México exporta los artículos de cerámica artesanal (vajillas y artículos decorativos).

Serán considerados quince países a los que se ha exportado y que han reportado un mayor valor de exportación durante los últimos tres años.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN.

Durante la evaluación se considera un criterio de ordenamiento, al cual se le otorga un lugar o una puntuación.

A continuación se presenta una breve descripción del contenido de cada columna considerada en la tabla de evaluación comparativa de cada país seleccionado.

- Volumen de cada Mercado.- Es determinado por el valor que registran las exportaciones a cada país seleccionado durante el año más próximo - 1997 - (columna 3), asignándole un lugar jerárquico al país evaluado.
- Crecimiento del mercado de 1996 a 1997.- Para identificar la posición que guarda cada país evaluado con respecto al crecimiento del mercado, es necesario que se aplique una sencilla fórmula⁶:

$$B = \text{Porcentaje de crecimiento} = \left(\frac{\text{columna (3)} - \text{columna (2)}}{\text{columna (2)}} \right) \times 100$$

Consideremos como ejemplo el caso de E.U.A. que registra los siguientes datos en la Tabla "A":

PAÍS	VALOR DE LAS EXPORTACIONES MEX.			UDS EN KGS
	(1) 1995	(2) 1996	(3) 1997	(4) 1997
E. U. A.	6'316,839.00	8'192,267.00	3'942,115.00	1'063,736.00

por lo tanto, el porcentaje de crecimiento del mercado de exportación en E.U.A., es

$$B = \left(\frac{3'942,115.00 - 8'192,267.00}{8'192,267.00} \right) \times 100 = -51.88\%$$

lo cual significa que en 1997 se ha registrado una disminución en el valor de mercado de aproximadamente -51.88% con respecto a cifras registradas en el año anterior 1996.

Posteriormente se ordenan los valores de mayor a menor y se les asigna un número jerárquico a cada país.

E.U.A. obtuvo el lugar no. 14 (columna C de la Tabla "B") en la evaluación realizada para las exportaciones de vajillas.

- Valor Unitario.- El valor de cada unidad (kilogramos) se calcula dividiendo el valor que registra cada mercado durante el último año entre las unidades que se exportaron en ese mismo periodo.

$$D = \text{Valor Unitario} = \frac{\text{columna (3)}}{\text{columna (4)}}$$

Siguiendo con el ejemplo de E.U.A. la fórmula quedaría así :

$$D = \frac{3'942,115.00}{1'063,736.00} = 3.71$$

Posteriormente se ordenan los valores de mayor a menor y se les asigna un número jerárquico a cada país.

E.U.A. obtuvo E = lugar no. 4 (columna E de Tabla "B") en la evaluación realizada para las exportaciones de vajillas.

- Posición .- Finalmente se suma la posición de cada país con respecto a Volumen, Crecimiento del mercado y Valor Unitario.

$$F = \text{Posicion} = \text{columna A} + \text{columna C} + \text{columna E}$$

para obtener la posición definitiva (G) de cada país, según Tabla "B".

En la Tabla "B" se tiene la posibilidad elegir los países que hayan resultado con una mejor posición en cada evaluación :

Vajillas	6912
Artículos decorativos	6913

Según sea el caso anterior.

TABLA " A "

FRACCIÓN 6912

" Vajillas y demás artículos de uso doméstico, de higiene o de tocador, excepto de porcelana "

Exportaciones Definitivas de México
(Países con mayor Valor)

PAÍS	VALOR DE LAS EXPORTACIONES MEX.			UDS EN KGS
	(1) 1995	(2) 1996	(3) 1997	(4) 1997
E. U. A.	6'316,839.00	8'192,267.00	3'942,115.00	1'063,736
Hong Kong	1'762,458.00	2'550,080.00	1'470,635.00	1'146,185
Chile	85,707.00	461,496.00	600,114.00	442,545
Canadá	104,028.00	100,995.00	165,662.00	30,193
Francia	87,242.00	82,397.00	157,962.00	102,629
Guatemala	40,202.00	96,260.00	111,068.00	59,024
El Salvador	56,236.00	44,919.00	97,908.00	59,849
Argentina	3,606.00	87,861.00	86,997.00	14,795
España	48,417.00	124,042.00	79,553.00	24,428
Australia	20,027.00	48,648.00	64,225.00	13,103
Venezuela	5,851.00	29,158.00	53,751.00	16,028
Honduras	25,580.00	12,375.00	48,040.00	33,266
Dinamarca	11,353.00	23,235.00	42,008.00	19,701
Italia	29,266.00	20,762.00	34,768.00	10,242
Alemania	25,407.00	213,316.00	23,191.00	20,604

FUENTE: BANCOMEXT

TABLA " B "

FRACCIÓN 6912

"Vajillas y demás artículos de uso doméstico, de higiene o de tocador, excepto de porcelana"

Exportaciones Definitivas de México
(Países con mayor Valor)

PAÍS	CRITERIO DE ORDENAMIENTO					POSICION	
	Vol. del Mercado	Crecimiento del mercado. '96 - '97		Valor Unitario		Total	Definitiva
	A (3)	B (3)-(2)/(2) * 100 (%)	C Posición	D (3)/(4)	E Posición	F A+C+E	G
E. U. A.	1	- 51.88	14	3.71	4	19	2
Hong Kong	2	- 42.33	13	1.28	14	29	8
Chile	3	+30.04	10	1.36	13	26	7'
Canadá	4	+64.03	7	5.49	2	13	1
Francia	5	+ 91.71	3	1.54	11	19	2'
Guatemala	6	+ 15.38	11	1.88	9	26	7''
El Salvador	7	+117.97	2	1.64	10	19	2''
Argentina	8	-0.98	12	5.88	1	21	3'
España	9	-35.87	8	3.26	7	24	5
Australia	10	+32.02	9	4.90	3	22	4
Venezuela	11	+84.34	4	3.35	6	21	3
Honduras	12	+288.20	1	1.44	12	25	6
Dinamarca	13	+80.80	5	2.13	8	26	7
Italia	14	+67.46	6	3.39	5	25	6'
Alemania	15	- 89.13	15	1.13	15	45	9

POSICIÓN DEFINITIVA.

- A. CANADÁ
- B. E.U.A.
FRANCIA
EL SALVADOR
- C. VENEZUELA
ARGENTINA
- D. AUSTRALIA
- E. ESPAÑA.
- F. HONDURAS
ITALIA
- G. DINAMARCA
CHILE
GUATEMALA
- H. HONG KONG
- I. ALEMANIA

TABLA " A "

FRACCIÓN 6913
Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica
Exportaciones Definitivas de México
(Países con mayor Volumen)

PAÍS	VALOR DE LAS EXPORTACIONES MEX.			UDS EN KGS
	(1) 1995	(2) 1996	(3) 1997	(4) 1997
E. U. A.	9'177,064.0	17'080,538.00	31'337,669.00	29'739,324
Canadá	602,819.00	1'304,903.00	2'295,612.00	1'537,384
España	248,821.00	644,365.00	1'470,153.00	482,164
Países Bajos	286,890.00	385,861.00	1'278,745.00	1'008,670
Francia	545,529.00	402,731.00	1'036,172.00	464,507
Bélgica	329,254.00	560,287.00	654,236.00	1'208,544
Italia	169,669.00	177,556.00	550,365.00	179,831
Alemania	107,303.00	504,938.00	542,723.00	404,843
Puerto Rico	254,957.00	527,150.00	528,852.00	632,158
Venezuela	26,083.00	235,068.00	406,719.00	172,539
Australia	150,863.00	196,360.00	394,515.00	274,465
Japón	354,614.00	309,409.00	393,004.00	98,585.00
Colombia	91,581.00	333,149.00	344,784.00	57,553
Costa Rica	64,473.00	145,179.00	241,855.00	113,429
Argentina	15,215.00	31,468.00	238,363.00	233,268

FUENTE: BANCOMET

TABLA " B "

FRACCIÓN 6913
" Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica "
Exportaciones Definitivas de México
(Países con mayor Volumen)

PAÍS	CRITERIO DE ORDENAMIENTO					POSICIÓN	
	Vol. del Mercado	Crecimiento del mercado. '96 - '97		Valor Unitario		Total	Definitiva
	A (3)	B (3)-(2)/(2) * 100 (%)	C Posición	D (3)/(4)	E Posición	F A+C+E	G
E. U. A.	1	83.49	7	1.05	12	20	6
Canadá	2	75.92	8	1.49	8	18	5
España	3	128.16	5	3.05	4	12	1
Países Bajos	4	231.40	2	1.27	11	17	4
Francia	5	157.29	4	2.23	6	15	3
Bélgica	6	16.77	12	0.54	15	33	13
Italia	7	209.97	3	3.06	3	13	2
Alemania	8	7.48	13	1.34	10	31	12
Puerto Rico	9	0.32	15	0.84	14	38	14
Venezuela	10	73.02	9	2.36	5	24	7
Australia	11	100.91	6	1.44	9	26	9
Japón	12	27.02	11	3.99	2	25	8
Colombia	13	3.49	14	5.99	1	28	10
Costa Rica	14	66.59	10	2.13	7	31	12
Argentina	15	657.48	1	1.02	13	29	11

POSICIÓN DEFINITIVA.

- A. ESPAÑA
- B. ITALIA
- C. FRANCIA
- D. PAÍSES BAJOS
- E. CANADÁ
- F. E.U.A.
- G. VENEZUELA
- H. JAPÓN
- I. AUSTRALIA
- J. COLOMBIA
- K. ARGENTINA
- L. COSTA RICA
- M. ALEMANIA
- N. BÉLGICA
- O. PUERTO RICO

SELECCIÓN DE MERCADOS

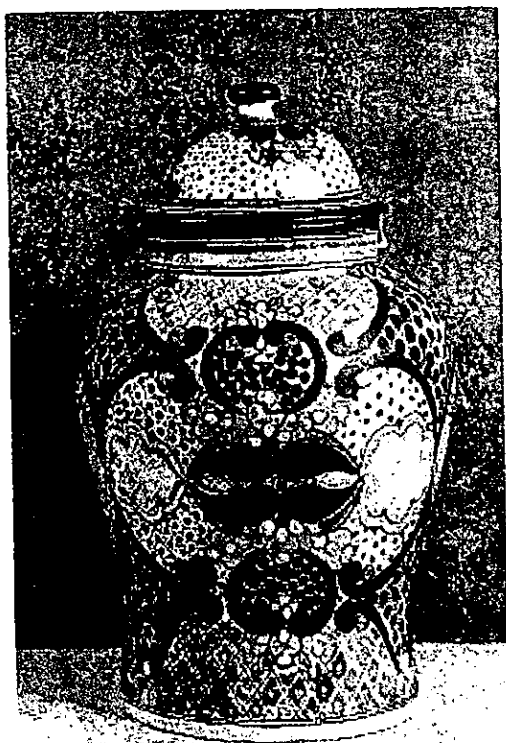
Los tres mercados más atractivos, en cuanto a su posición y puntuación son los siguientes

PAÍS	VAJILLAS - 6912 -		ART. DECORATIVOS Y DE REGALO - 6913 -	
	POSICIÓN	PUNTOS	POSICIÓN	PUNTOS
ESPAÑA	5	24	1	12
ITALIA	6	25	2	13
FRANCIA	2	19	3	15

En las siguientes páginas se expondrán las características de cada mercado con el fin de orientar al exportador de Talavera en la introducción de sus productos, tanto vajillas como artículos decorativos.

A pesar de que Alemania constituye un mercado que no ha salido muy favorecido dentro de esta evaluación, consideramos que es un reto para el exportador mexicano de Talavera, y por ello incluiremos su descripción como mercado de oportunidades.

2.2 DESCRIPCIÓN DE CADA MERCADO SELECCIONADO



ESPAÑA

ITALIA

FRANCIA

ALEMANIA

ESPAÑA

LOCALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA



GENERALIDADES**SITUACIÓN GEOGRÁFICA.**

- Nombre Oficial : Reino de España.
- Extensión⁷ : 504,750 Km².
- Fronteras :
 - N = Francia, Principado de Andorra y Océano Atlántico.
 - S = Mar Mediterráneo, Gibraltar y Océano Atlántico.
 - E = Mar Mediterráneo.
 - O = Portugal y Océano Atlántico.

CLIMA.

- | | Máxima | Mínima |
|--------------|--------|--------|
| • Verano : | 40 °C | 15 °C |
| • Invierno : | 15 °C | 0 °C |

DATOS GEOGRÁFICOS.

- Habitantes⁷ : 38.87 millones.
- Densidad⁷ : 77.01 personas por Km².

CIUDADES MÁS IMPORTANTES.

- Madrid / Capital.
- Barcelona.
- Valencia.
- Sevilla.
- Bilbao.

IDIOMA.

- Español : Oficial y predominante.
- Inglés : Usual para negocios.
- Otros : Catalán, Euskera, Gallego.

MONEDA.

- Local : Peseta 1 x 100 céntimos.

SECTORES ECONÓMICOS.

- Agricultura : Representa el 4.6 % del PIB⁷. Tendencia a mejor peso porcentual En el producto nacional.
- Agropecuaria : Productos lácteos y pesca, ganadería ovina, porcina y bovina.
- Agrícola : Cítricos, aceite de oliva, vinos, uvas pasas, hortalizas, cereales, cultivos forrajeros.
- Recursos Naturales
- Minería : Hierro, hulla, antracita, lignito y acero.
- Forestales : Coníferas, chopos, castaño, nogal, roble, alcornoque (corcho), encinas y eucalipto.
- Otros : Clima y geografía propicia para el turismo.
- Industria : Industria automotriz, acero, bienes de equipo, astilleros, cemento, herramientas, producción de energía, textiles, calzado y cerámica.
- Servicios : Turismo principal fuente de divisas, servicios financieros, transporte y telecomunicaciones.

PRINCIPALES PUERTOS DE ENTRADA.

- Aéreos : Madrid, Barcelona, Sevilla, Línea aérea nacional IBERIA (con vuelos directos México - Madrid)
- Marítimos : Barcelona, Bilbao, Cádiz, Las Palmas (Islas Canarias), y Valencia. Se realizan fletes mensuales mediante la Compañía Trasatlántica Española.
- Ferroviarios : Red enlazada desde todos los países europeos (trenes directos desde París, Milán, Bruselas y Ginebra). Existe un tren de alta velocidad (el AVE), que une Madrid - Sevilla en 2 hrs. y media.
- Terrestres : Irán y la Junquera en la frontera francesa. Badajoz y Valencia de Alcántara con Portugal.

VAJILLAS Y ARTÍCULOS DECORATIVOS

En el mercado español encontramos que los artículos de cocina más adquiridos son los de vidrio y cerámica.

**Consumo de Artículos Domésticos
España 1994**

Material	España (%)
Vidrio	45.20
Cerámica	15.60
Metal	13.70
Piel	14.00
Barro	11.50
Otros	0.00
Total	100.00

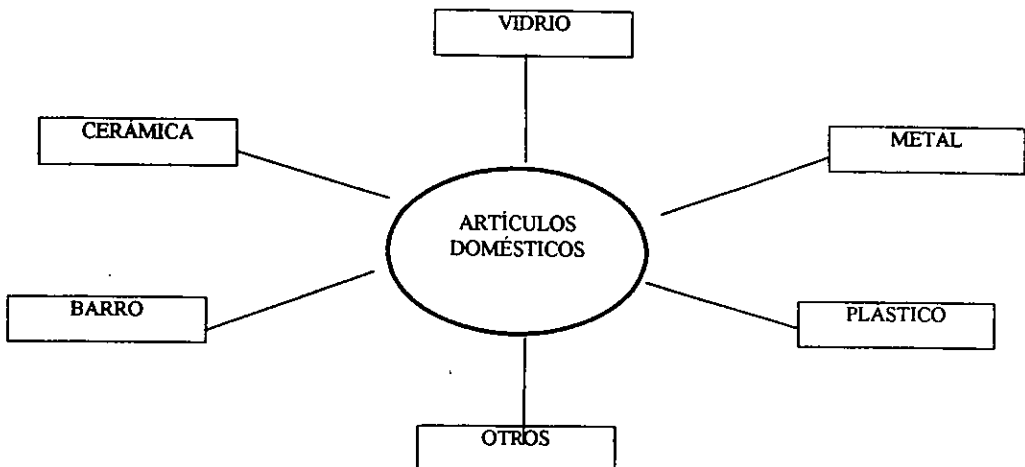
Fuente: EUROMONITOR¹

Sin embargo la demanda de artículos de alfarería es creciente.

COMPETENCIA

Artículos domésticos
España

(Material de elaboración)



**PRONÓSTICO DE VENTAS
ARTÍCULOS DOMÉSTICOS
(MILLONES DE PESETAS ESPAÑOLAS)**

PAÍS	1994	1995	1996	1997	1998	1999
ESPAÑA	\$136.20	\$139.40	\$141.00	\$253.30	\$140.40	\$140.50

Fuente: EUROMONITOR⁶⁷**SEGMENTACIÓN**EDADES⁷

00 - 14	19.35 %
15 - 20	10.27 %
21 - 30	16.16 %
31 - 45	19.72 %
45 - +	34.50 %

NIVELES SOCIECONÓMICOS^{7*}

AA	29.00 %
A	18.00 %
B	47.00 %
C	30.00 %
D	30.00 %

ESTADO CIVIL⁷

Casados	:	55.0 %
Solteros	:	45.0 %
Composición de la familia	:	2.53

CONSTITUCIÓN DE LOS HOGARES.

1991	No. de Integrantes por Familia	No. de Hogares
España	2.53	14,622

EUROMONITOR⁶⁷.

* Notable error en las cifras, pero la fuente las maneja así.

OCUPACIÓN⁷

Obreros	:	26.00 %
Empleados	:	35.00 %
Profesionistas	:	3.00 %
Estudiantes	:	36.00 %

Cifras redondeadas.

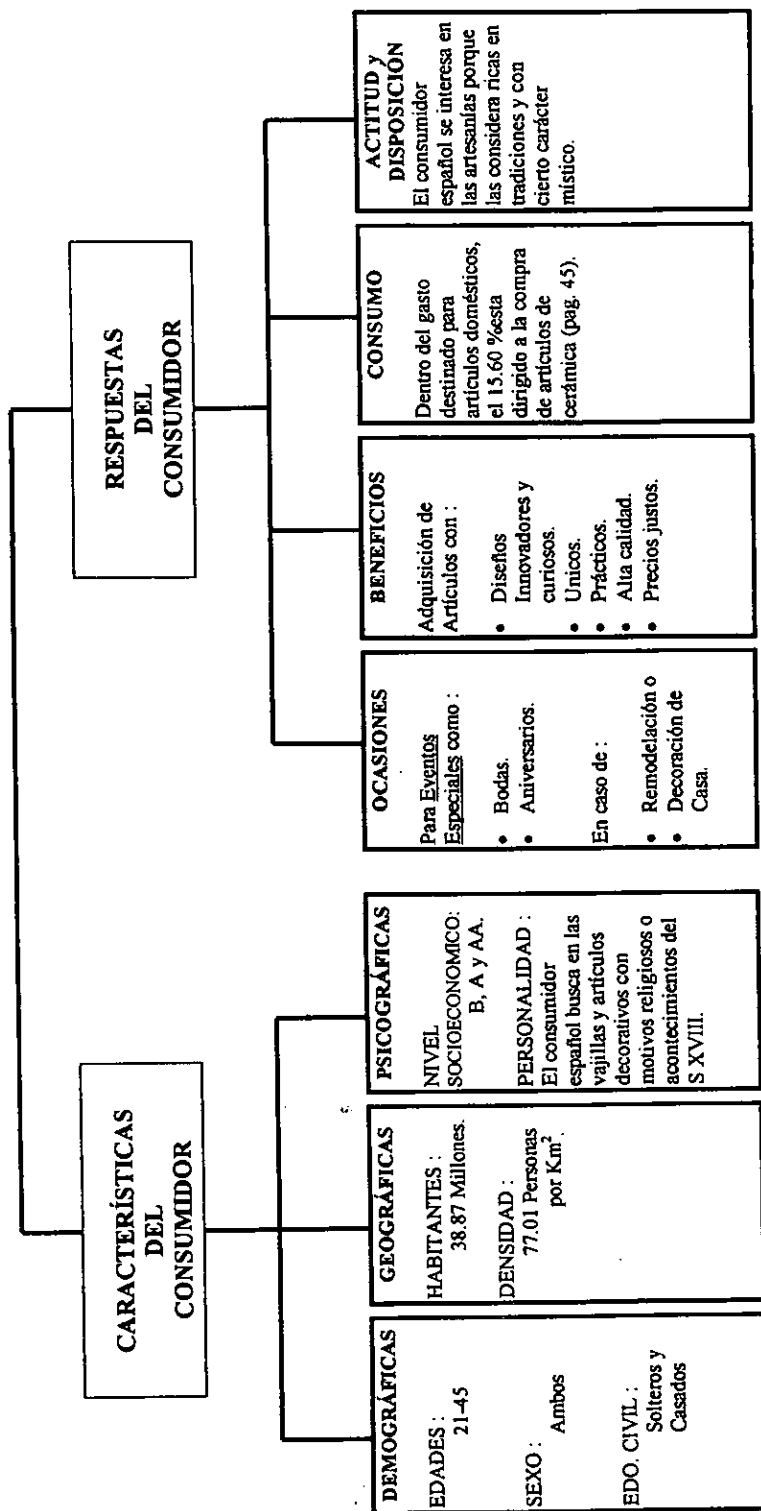
PERFIL DEL CONSUMIDOR^{8,9}, USOS Y COSTUMBRES

La artesanía de Talavera está dirigida a personas de 21 a 45 años con un nivel socioeconómico "B", "A" y "AA" que sean de ambos sexos. Los españoles buscan vajillas y artículos decorativos hechos a mano que tengan figuras alusivas a la religión, o bien, a acontecimientos del siglo XVIII. Además buscan que los diseños sean novedosos, únicos, prácticos y que reflejen un estilo único de vida.

En cuanto al precio, el español está dispuesto a pagar por la pieza "lo justo", tomando para su valorización la buena calidad, forma y diseño que tengan estas.

Así mismo, se adquieren estos artículos para la decoración del hogar, tanto para personas casadas como solteras, también se utilizan para el jardín, para importantes eventos sociales o porque el producto es considerado como una artesanía rica en tradiciones y mística que deja obtener un estatus único en la vida de cada español.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO DE CONSUMO ESPAÑOL



CANALES DE DISTRIBUCIÓN**SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN**

• Contactos

Ventas Directas directa.	:	Sin tener un agente deberá considerar la venta directa.
Representante	:	Son empleados de la empresa proveedor.
Agente Comisionista	:	Persona encargada permanentemente. Comerciante que concluye o determina los contratos
Distribuidores	:	en nombre propio, pero en beneficio de un tercero. Pueden ser agentes, representantes, sólo distribuir. Es habitual que el distribuidor pida la exclusividad.
Importadores Directos	:	Compran por cuenta propia. Sobre todo en grandes almacenes y materias primas.

Contratación :

Informal Directa	:	Sólo en relaciones de extrema confianza.
Formal	:	Notarizada : Se recomienda. Legalizada ante el Cónsul : Es posible.
Otros	:	Es usual la contratación privada, en este caso se recomienda añadir en el contrato una cláusula de arbitraje en caso de conflicto.
Idioma(s) de Contratación	:	Español, pero es valido hacerlo en otro idioma.

**Distribución de Artículos Domésticos
España 1994.**

DISTRIBUIDOR	ESPAÑA (%)
Especialistas	0.00
Tiendas Departamentales	12.00
Supermercados / Hipermercados	62.00
Mensajería	0.00
Mercados	0.00
Otros	26.00
TOTAL	100.00

Fuente : EUROMONITOR®

TRÁMITES PARA LA EXPORTACIÓN**RÉGIMEN.**

1. Licencias : Algunos casos requieren autorización administrativa de importación, que se solicita en la Secretaría de Estado de Comercio o en las Direcciones Territoriales o Provinciales de Economía y Comercio.
2. Cuotas : Existen cuotas y contingentes a la importación para carnes, lácteos y otros productos agropecuarios.
3. Impuestos : Los impuestos a que están sujetos los artículos importados son : el arancel (variable), Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), que tiene 3 categorías : el tipo general del 16 %, el tipo reducido, del 6 % (alimentos, farmacéuticos y algunos servicios), y el reducido del 3 % (pan, leche, harina, queso, frutas y verduras principalmente). Algunas transacciones están exentas de IVA, existen impuestos especiales sobre el alcohol, tabaco y otros.

DOCUMENTOS.

Documento	Se requiere	No se requiere	Observaciones
Facturas Comerciales	X		
Facturas Consulares		X	
Certificados de Origen	X		Generalmente en triplicado.
Listas de Empaque	X		Descripción, empaque/embalaje.
Conocimientos de Embarque	X		
Certificados de Calidad/Inspección	X		Certificado de calidad comercial para algunos productos, otorgado por SOIVRE.
Certificados Sanitarios	X		Para algunos productos.

MUESTRAS

- | | | |
|--------------------------|---|--|
| 1. Libres de Derecho | : | Muestras comerciales y material promocional sin valor comercial. |
| 2. Excepciones | : | Ninguna. |
| 3. Con Depósito/Garantía | : | Es posible tramitar una importación temporal. |

LEYENDAS

- | | | |
|------------------------------------|---|--|
| 1. Nombre del Fabricante | : | Se indicará la razón social o la denominación del fabricante o del envasador o transformador o de un vendedor, establecidos en la C.E. en todo caso, su domicilio. |
| 2. Composición | : | Se deberá indicar siempre. Habitualmente se listan todos los ingredientes, incluso aditivos, de mayor a menor. |
| 3. Contenido en Unidades Métricas: | : | Debe ser indicado. |
| 4. País de Origen | : | Debe ser indicado. |
| Idioma (s) | : | Español. |

COTIZACIONES Y PAGOS**COTIZACIONES**

- LAB / FOB : Puerto de embarque del país exportador, es aconsejable dar esta cotización adicionalmente al precio CIF
- CIF : Normalmente se pedirá este tipo de cotización. Los derechos aduaneros se calculan sobre la base del precio CIF, en el puerto de entrada a la C.E.

PAGOS

- Cartas de Crédito : Es el medio de pago más usado, especialmente en las primeras transacciones. A medida que crece la confianza entre las partes, el importador intentará utilizar otras opciones menos costosas como el crédito documentado o el “pago contra documentos”.
- Crédito Directo : Es factible en relaciones de confianza.
- Crédito Revolvente : Es factible en relaciones de confianza.
- Crédito Indirecto : Uso ilimitado.
- Contado : No es usual el pago al contado, a menos que se establezcan relaciones de confianza duraderas.
- Pago Anticipado : Es posible realizar y solicitar pagos anticipados, parciales y totales.

FOLLETERÍA

Los folletos deberán estar escritos en el idioma español.

REGLAMENTACIÓN

- Normas : Los productos importados deben apegarse a las normas existentes, ya sean específicas de España o sean obligatorias en el ámbito comunitario. Para mayor información ponerse en contacto con la Asociación Española de Normalización.
- Estándares : Existen las normas UNE (Una Norma Española), que en casos tiene correspondencias con normas europeas CEN/ CENELEC (EN, HD, ENV, CR, ETS), y con las internacionales ISO y CEI.

PATENTES Y MARCAS

1. Venta de Productos con Patentes/Marcas Registradas por Terceros :
Es recomendable informarse sobre patentes y marcas españolas que impidan la comercialización del producto. Es conveniente registrar las marcas y patentes.
2. Registro de Patentes y Marcas :
Se puede gestionar en España o en México.
3. Oficina de Patentes y Marca:
Registro de propiedad industrial del Ministerio de Industria o bien a través de las direcciones provinciales del Ministerio de Industria y Energía. La Oficina Europea de Patentes reside en Munich, Alemania.
4. Cobertura:
20 años.

CULTURA DE NEGOCIOSVIAJES DE NEGOCIOS.**Documentación Migratoria**

Documento	Se requiere	No se requiere	Observaciones
Pasaporte	x		Valido y vigente.
Visado	x		
Vacunas		x	
Otros	x		Visado para trabajar y residir.
OBTENCION	En el Consulado Español en México.		

ALOJAMIENTO Y ALIMENTOS.

1. Rangos de Hospedaje : Amplia oferta hotelera en varias categorías.
2. Reservaciones : Reservar con anticipación de Marzo a Octubre.
3. Tarifas Hoteleras : Variables según temporada, categorías, y ciudad.
4. Alimentos : Todo tipo de restaurantes, desde los más lujosos hasta las típicas tascas.

TRANSPORTACIÓN LOCAL.

- | | | |
|-------------------|---|---|
| 1. Autobuses | : | Eficiente red de autobuses en las principales ciudades así como líneas de transporte interurbano. |
| 2. Ferrocarril | : | Amplia cobertura nacional. |
| 3. Taxis | : | Disponibles en las grandes ciudades. Servicios rápido pero caro. |
| 4. Renta de Autos | : | En aeropuertos y ciudades importantes. |

VESTIDO.

- | | | |
|--------------|---|-----------------------------------|
| 1. Primavera | : | Ropas de entretiempo y de lluvia. |
| 2. Verano | : | Ropas ligeras. |
| 3. Otoño | : | Ropas de entretiempo y de lluvia. |
| 4. Invierno | : | Ropa de abrigo y de lluvia. |

HORARIO DE NEGOCIOS.

- | | | |
|--------------------------|---|---|
| 1. Días Hábiles | : | De Lunes a Viernes. |
| 2. Horarios de Oficina | : | Depende de cada empresa. |
| 3. Horario Bancario | : | De 8:00 a 14:00 hrs, cerrando al público a las 14:00 hrs, Sábado 13:00 hrs. |
| 4. Horario Gubernamental | : | De 8:00 a 15:00 hrs. |
| 5. Horario Comercial | : | De 9:00 a 20:00 hrs. |

DÍAS FESTIVOS.

Año Nuevo	1° de Enero.
Día de Reyes	6 de Enero.
Día del Padre	9 de Marzo.
Jueves, Viernes Santo	Marzo - Abril (variable).
Día del Trabajo	1° de Mayo.
Asunción de la Virgen	15 de Agosto.
Fiesta Nacional de España	12 de Octubre.
Día de todos los Santos	1° de Noviembre.
Día de la Constitución	6 de Diciembre.
Inmaculada Concepción	8 de Diciembre.
Navidad	25 de Diciembre.

HORARIO VS. CIUDAD DE MÉXICO.

- | | | |
|------------|---|---|
| * Verano | : | + 8 horas, (Finales de Marzo, finales de Septiembre). |
| * Invierno | : | + 7 horas, (El resto del año). |

COMUNICACIONES.

- * Correos : Existe un servicio rápido y eficiente. Es posible usar un servicio urgente de entrega.
- * Fax : Disponible en todos los hoteles.
- * Teléfonos : Amplia red telefónica, que ofrece diversos servicios.

ORGANIZACIONES DE APOYO**ASISTENCIA EN COMERCIO INTERNACIONAL.**

- Cámara de Comercio en México.

Homero No. 1430
Col. Los Morales - Polanco
C.P. 11510
México, D.F.
Tel. 015 395 4803
Fax. 015 395 8955

- Embajada en México.

Parque Vía Reforma No. 2105
Esq. Paseo de las Palmas
Col. Lomas de Chapultepec
C.P. 11000
México, D.F.
Tel. 015 596 1041
Fax. 015 395 8955

- Organismos Gubernamentales.

Oficina Comercial de la Embajada de España en México.
Av. Horacio No. 1855
Col. Los Morales - Polanco
C.P. 11510
México, D.F.
Tel. 015 395 6611
Fax. 015 557 0655

Oficina Laboral de la Embajada de España.
Eugenio Sue No. 342
Col. Reforma Polanco
C.P. 11510
México, D.F.
Tel. 015 254 3677
Fax. 015 5318469

- Consejería Comercial.

BANCOMEXT
En España
Tel. 341 - 420 2017
Fax. 341 - 5970039

ITALIA



LOCALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA



GENERALIDADES

SITUACIÓN GEOGRÁFICA

- Nombre Oficial : República de Italia.
- Extensión⁷ : 301,250 Km².
- Fronteras :
 - N = Francia, Suiza, Australia.
 - S = Mar Mediterráneo.
 - E = Yugoslavia y Mar Asiático.
 - O = Francia y Mar Tirreno.

CLIMA⁷

	Máxima	Mínima
• Verano :	38-40 °C	24 °C
• Invierno :	12 °C	6 °C

DATOS GEOGRÁFICOS.

- Habitantes⁷ : 57.50 millones.
- Densidad⁷ : 191.90 habitantes por Km².

CIUDADES MÁS IMPORTANTES.

- Roma / Capital.
- Milán.
- Nápoles.
- Turín.
- Génova.

IDIOMA.

- Italiano : Oficial y predominante.
- Inglés : Usual para negocios.
- Francés : Uso limitado.
- Alemán : Uso limitado.

MONEDA⁷

- Local : Lira Italiana Paridad Lira / USA 1 USD = 1530 liras (promedio 1996).

SECTORES ECONÓMICOS⁷

- Agricultura : El 30 % de la superficie está cultivada.
- Agropecuaria : 31,424 millones de cabezas del ganado mayor.
- Agrícola : 30,127,709 hectáreas productivas.
- Recursos Naturales
- Minería : Mercurio, potasio, azufre, metano y mármol.
- Forestales : 10.3 % cultivo leñoso, 21.2 % bosques.
- Industria : Muy desarrollada especialmente en el norte.
- Otros : Predominante el servicio de turismo.

PRINCIPALES PUERTOS DE ENTRADA.

- Aéreos : Existen aeropuertos internacionales en las principales ciudades.
- Marítimos : Génova, Nápoles, Tarento, Venecia, Trieste, La Spezia y Ostia.
- Ferroviarios : Trenes rápidos, cómodos y eficientes.
- Terrestres : Acceso desde Francia, Suiza, Australia, Yugoslavia.

VAJILLAS Y ARTÍCULOS DECORATIVOS

En el mercado italiano encontramos que los artículos de cocina más adquiridos son los de vidrio, cerámica y metal.

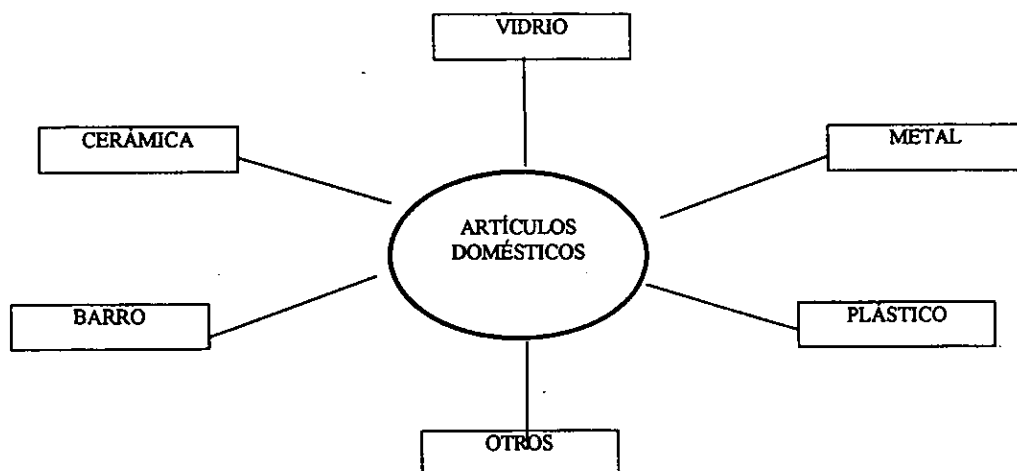
**Consumo de Artículos Domésticos
Italia 1994.**

Material	Italia (%)
Vidrio	40.80
Cerámica	31.50
Metal	12.70
Barro	10.60
Plástico	4.40
Otros	0.00
Total	100.00 %

FUENTE : EUROMONITOR⁷

COMPETENCIA

**Artículos domésticos
Italia
(Material de elaboración)**



**PAÍSES PROVEEDORES
ARTÍCULOS DOMÉSTICOS - ITALIA
1996 (Ene. - Oct.)**

País	Valor (USA)	Volumen (Ton.)
Reino Unido	6'716,052.00	953.00
Rumania	993,312.00	866.00
Francia	1'074,673.00	283.00
Grecia	831,224.00	264.00
Brasil	307,070.00	252.00
México	4,833.00	0.34

FUENTE: ITALIA, PERFIL DE ARTESANÍAS DE CERÁMICAS - BANCOMEXT

**PAÍSES PROVEEDORES
ARTÍCULOS DECORATIVOS - ITALIA
1996 (Ene. - Oct.)**

País	Valor (USD)	Volumen (Ton.)
China	6'855,768.00	2,382.00
Francia	1'103,198.00	166.00
Vietnam	179,035.00	138.00
Alemania	407,899.00	110.00
Taiwan	322,888.00	52.00
México	133,877.00	32.00

FUENTE : ITALIA, PERFIL DE ARTESANÍAS DE CERÁMICAS - BANCOMEXT

**PRONÓSTICO DE VENTAS
ARTÍCULOS DOMÉSTICOS
(BILLONES DE LIRAS ITALIANAS)**

PAÍS	1994	1995	1996	1997	1998	1999
ITALIA	\$3959.00	\$4077.00	\$3996.00	\$3956.00	\$3876.00	\$3838.00

FUENTE : EUROMONITOR⁷

SEGMENTACIÓN

EDADES⁷

00 - 14	17.4 %
15 - 20	30.4 %
21 - 30	32.8 %
31 - 45	19.4 %
45 - +	-

NIVELES SOCIOECONÓMICOS⁷

AA	2.68 %
A	21.87 %
B	33.34 %
C	39.65 %
D	2.46 %

ESTADO CIVIL⁷

Casados	:	53.00 %
Solteros	:	47.00 %
Composición de la Familia		3.01

Cifras redondeadas.

CONSTITUCIÓN DE LOS HOGARES.

1991	No. de Integrantes por Familia	No. de Hogares
Italia	3.01	18,174.00

FUENTE: EUROMONITOR⁸**OCUPACIÓN⁷**

Obreros	:	8.12 %
Empleados	:	17.72 %
Profesionistas	:	1.20 %
Estudiantes	:	17.01 %
Otros	:	55.95 %

PERFIL^{8,9} DEL CONSUMIDOR, USOS Y COSTUMBRES

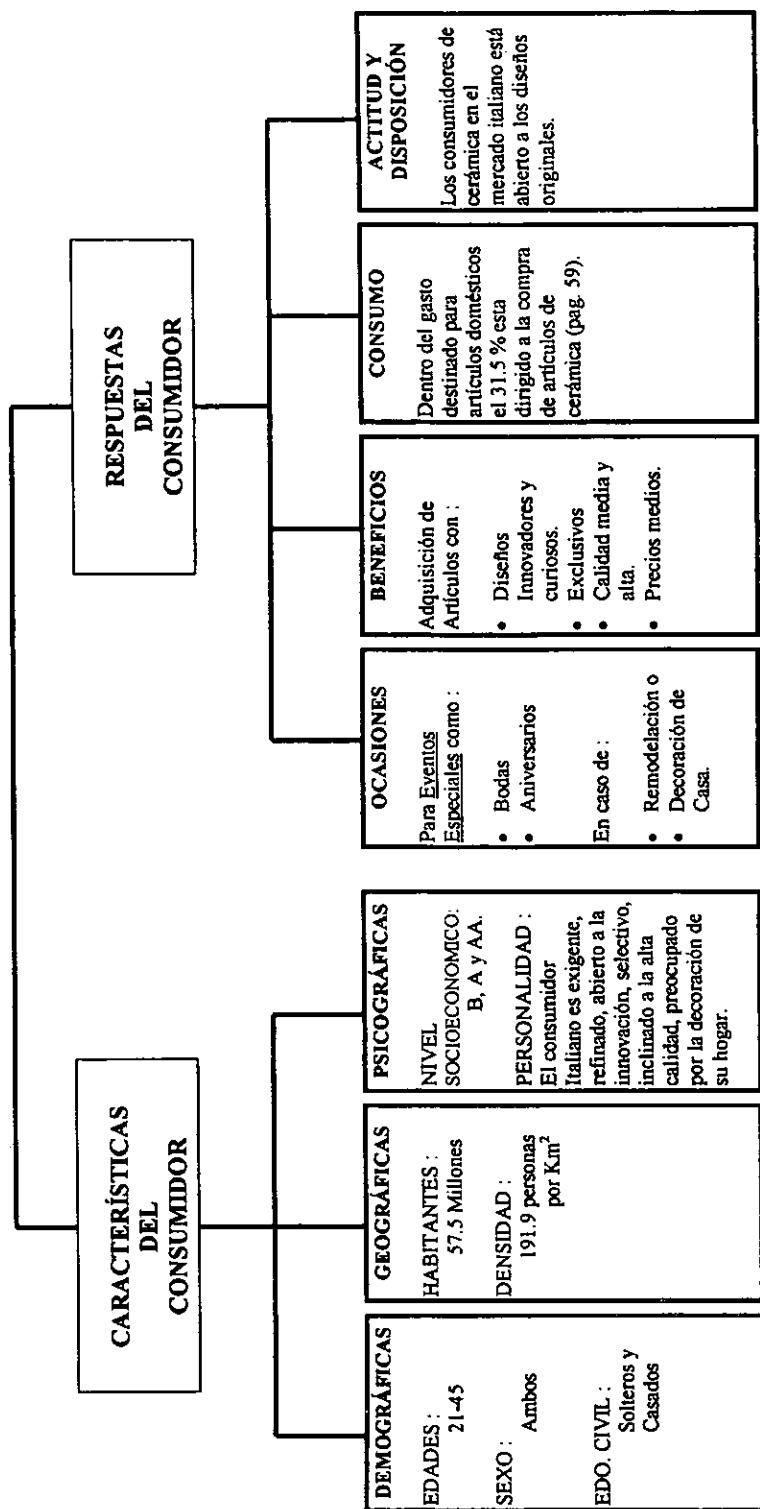
El consumidor italiano es exigente, refinado, abierto a la innovación y por ello, le interesan los artículos que ofrezcan una imagen particular e innovadora; se mantiene informado por lo que se considera a sí mismo como experto haciendo sus compras en forma selectiva, atendiendo al precio y al nivel de calidad de los artículos que compra.

El consumidor italiano busca artículos que muestren características diferenciales, que se identifiquen con él; y con su identidad social. Se orientan a la búsqueda del precio más bajo.

La ocasión de compra de objetos artesanales de cerámica se da cuando el consumidor debe crear un nuevo sistema habitacional (casa, oficina, iglesia, jardines, etc.); cuando debe dar un obsequio (bodas, Navidad, etc.); o cuando ha de sustituir algún objeto decorativo en casa u oficina, ya sea artículo de mesa y/o cocina.

En los últimos años se ha desarrollado una tendencia hacia los objetos artísticos y artesanales, (rústico, étnico y exótico), forma de fabricación y materiales utilizados. Para el consumidor italiano, los productos artesanales redescubren las tradiciones y culturas de su país y de países desconocidos; así como la habilidad y fantasía de los artesanos que los fabrican, logrando de esta manera complementar su sistema habitacional con detalles diferentes y exóticos.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE CONSUMO ITALIANO



CONSTITUCIÓN DEL MERCADO ITALIANO DE OBJETOS DECORATIVOS Y ARTÍCULOS DOMÉSTICOS

Clientes	Ventas Totales (%)
Privados	65
Institucionales (públicos)	20
Empresas	15

FUENTE : PERFIL DE MERCADO DE ITALIA, BANCOMEXT

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN.

- **Contactos**
- Ventas Directas : Las representaciones en México pueden informar sobre la estructura de la distribución italiana.
- Representante : Es un medio aconsejable.
- Agente : Son necesarios varios para abarcar todo el país.
- Comisionista : No es un medio aconsejable.
- Distribuidores : Tienen exclusivamente la función de intermediarios.
- Importadores Directos : Sobre todo en grandes almacenes y de productos perecederos, sin ser exclusivo de estos sectores. Compran por su propia cuenta.

- **Contratación** :
- Informal Directa : Es un medio muy común.
- Formal :
- Notarizada : No es indispensable.
- Legalizada ante el Cónsul : Aconsejable para algunas transacciones comerciales.

- Idioma(s) de Contratación : Italiano o Inglés.

Distribución de Artículos Domésticos Italia 1994*

DISTRIBUIDOR	ITALIA (%)
Especialistas.	0.00
Tiendas Departamentales.	69.00
Supermercados / Hipermercados.	10.00
Mensajería.	0.00
Mercados.	31.00
Otros.	0.00
TOTAL	100.00

FUENTE : EUROMONITOR²

*Notable error en las cifras, pero la fuente las maneja así.

TRAMITES PARA LA EXPORTACIÓN**RÉGIMEN.**

1. Licencias : Cuando es requerido, con validez de 6 meses.
2. Impuestos : IVA con cuota variable de 0 a 40 %, se aplica a toda mercancía de entrada con valor CIA, y sobre el total de factura, incluyendo impuestos aduanales.

DOCUMENTOS.

Documento	Se requiere	No se requiere	Observaciones
Facturas Comerciales	x		3 copias con descripción de mercancía, país de origen y costos.
Facturas Consulares	x		No necesaria la legalización.
Certificados de Origen	x		Aunque no muy requerido, incluyendo las mercancías. Legalizado por la Cámara de Comercio.
Listas de Empaque	x		
Conocimientos de Embarque	x		
Certificados de Calidad/Inspección		x	
Certificados Sanitarios			Según el tipo de documentos traducidos en Italiano.

MUESTRAS.

1. Libres de Derecho : Muestras sin valor comercial.
2. Excepciones : No se requiere.
3. Con Depósito/Garantía : Con valor comercial se reintegrará el depósito si se reexporta en un lapso de 6 meses.

LEYENDAS.

- * Nombre del Fabricante : Debe ser indicado.
 - * Composición : Debe ser indicado.
 - * Contenido en Unidades Métricas : Debe ser indicado.
 - * País de Origen : Debe ser indicado.
- Idioma (s) : Italiano o Inglés.

COTIZACIONES Y PAGOS**COTIZACIONES.**

- LAB / FOB : Cuando se solicita. La ley italiana exige que las mercancías importadas FOB sean aseguradas en Italia.
- CIA : En general los precios se calculan cifran liras Italianas o en dólares (USA), puerto Italiano.

PAGOS.

- Cartas de Crédito : Es el más usual y recomendable.
- Crédito Directo : No se requiere.
- Crédito Revolvente : No se requiere.
- Crédito Indirecto : No se requiere.
- Contado : Cuando se establece confianza entre las partes.
- Pago Anticipado :
 - Parcial : Uso limitado.
 - Total : Uso limitado.

FOLLETERÍA

Los folletos deberán estar escritos en el idioma italiano.

REGLAMENTACIÓN

- Normas : Todos los productos extranjeros deben adecuarse a las normas establecidas, de acuerdo al sector que pertenezcan.
- Estándares : Técnicos y eléctricos de acuerdo con las regulaciones.

PATENTES Y MARCAS

1. Venta de Productos con Patentes/Marcas Registradas por Terceros:
Se recomienda conseguir información sobre patentes para conocer si son afectados los derechos protegidos italianos y/o se requiere efectuar un registro en Italia.
2. Registro de Patentes y Marcas :
La solicitud deberá provenir de un individuo o empresa residente en Italia, pagando una cuota de renovación anual para las patentes otorgadas. Es muy difícil la obtención para la elaboración de productos farmacéuticos y procesados.
3. Oficina de Patentes y Marcas :
Ministerio de la industria, Comercio, Oficina Central de Registro de Marcas, Roma. La oficina Europea de Patentes tiene su sede en Munich, Alemania.
4. Cobertura :
Las patentes son válidas por un periodo de 20 años a partir de la fecha de solicitud, deben ser utilizadas dentro de un plazo de tres años desde el otorgamiento. La solicitud debe ser por un individuo o firma residente en Italia. Se deberá pagar una cuota de renovación anual para las partes concedidas.

CULTURA DE NEGOCIOS**VIAJES DE NEGOCIOS.****Documentación Migratoria**

Documento	Se requiere	No se requiere	Observaciones
Pasaporte	x		Valido y vigente.
Visado		x	En viajes de negocios por menos de 6 meses.
Vacunas		x	
OBTENCION	En el Consulado Italiano en México.		

ALOJAMIENTO Y ALIMENTOS.

1. Rangos de Hospedaje : Desde hoteles de lujo hasta pensiones modestas.
2. Reservas : Es aconsejable reservar con anticipación.
3. Tarifas Hoteleras : Altas.
4. Alimentos : Comida Internacional, desde restaurantes de lujo hasta trattorias económicas y self service.

TRANSPORTACIÓN LOCAL.

- | | | |
|-------------------|---|--|
| 1. Autobuses | : | Sistema amplio y eficiente. |
| 2. Ferrocarril | : | Sistema amplio y eficiente y enlace con las principales ciudades de Europa. |
| 3. Taxis | : | Servicio amplio pero, se recomienda tener cuidado con los automóviles que no tiene escrito TAXI. |
| 4. Renta de Autos | : | Se pueden rentar fácilmente. |
| Licencia | : | Internacional. |

VESTIDO.

- | | | |
|--------------|---|------------------|
| 1. Primavera | : | De medio tiempo. |
| 2. Verano | : | Prendas ligeras. |
| 3. Otoño | : | De medio tiempo. |
| 4. Invierno | : | De lana gruesa. |

HORARIO DE NEGOCIOS.

- | | | |
|--------------------------|---|---|
| 1. Días Hábiles | : | De Lunes a Sábado con medio día de descanso que puede ser Lunes o Martes. |
| 2. Horarios de Oficina | : | Al norte : 8:30 a 17:00 hrs. Al centro y sur : de 8:30 a 13:30 hrs. y de 16:00 a 19:00 hrs. |
| 3. Horario Bancario | : | De 8:30 a 13:30 hrs. y de 15:00 a 16:00 hrs. |
| 4. Horario Gubernamental | : | De 8:30 a 13:30 hrs. |
| 5. Horario Comercial | : | De 8:30 a 13:30 hrs. y de 16:00 a 19:00 hrs. |

DÍAS FESTIVOS.

Año Nuevo	1° de Enero.
Lunes del Ángel	Marzo-Abril (variable).
Día de la Liberación	25 de Abril.
Día del Trabajo	1° de Mayo.
Ferragosto	15 de Agosto.
Inmaculada Concepción	8 de Diciembre.
Navidad	25 de Diciembre.
Día de San Esteban	26 de Diciembre.

HORARIO VS. CIUDAD DE MÉXICO.

- * Verano : + 8 horas (Finales de Marzo finales de Septiembre).
- * Invierno : + 7 horas (Resto del año).

COMUNICACIONES.

- * Correos : Se recomienda usar el servicio expreso.
- * Fax : En los principales hoteles.
- * Teléfonos : Red en todas las ciudades. Comunicación a todo el mundo con tarjeta que se obtiene en tabaquerías y bares.

ORGANIZACIONES DE APOYO**ASISTENCIA EN COMERCIO INTERNACIONAL.**

- Cámara de Comercio Italiana en México.

Nuevo León No. 22
Col. Hipódromo Condesa
C.P. 06170
México, D.F.
Tel. 015 285 1515 / 1555 / 1551
Fax. 015 553 5466 / 286 1561

- Delegación.

Cámara de Comercio Italiana en México Sección Monterrey.
Prolongación Moralillo No. 109
Col. Lomas de Valle
C.P. 66240
Garza García, Nuevo León
Tel./Fax. 018 335 7622 / 378 2444

- Embajada de Italia en México.

Av. Palmas No. 1994
Col. Lomas de Chapultepec
C.P. 11000
México, D.F.
Tel. 015 596 3655
Fax. 015 596 7710

- Organismo Gubernamental.

Instituto Italiano para el Comercio Exterior.
Horacio No. 124, piso 11
Col. Polanco
C.P. 11560
México, D.F.
Tel. 015 250 1283
Fax. 015 545 8083

- Otros.

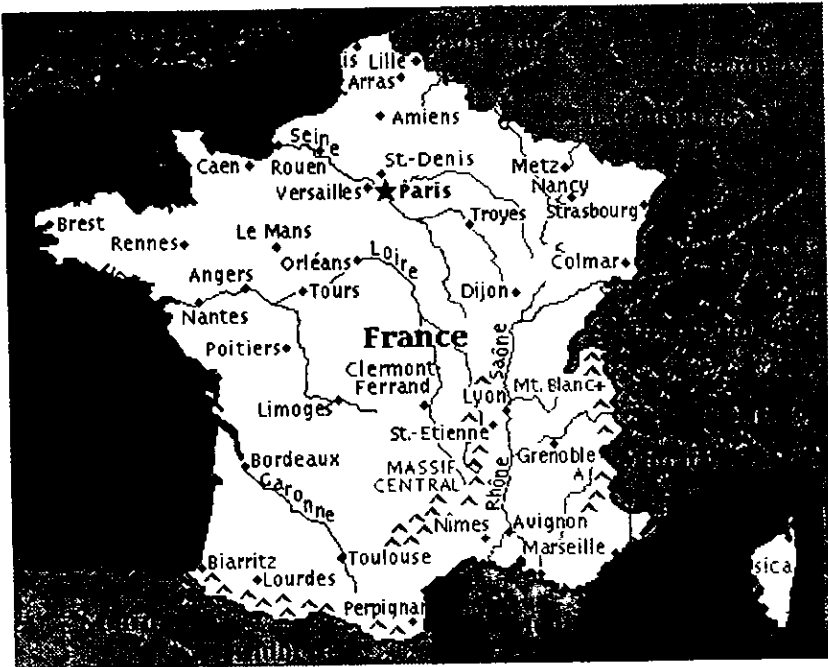
ICE-Instituto Nacional para el Comercio Exterior.
Via Liszt 21
00144 Roma, Italia
Tel. 39 (6) 5 99 21
Telefax. 39 (6) 5 99 26 900

TIPS- Sistema de promoción de Información Tecnológica.
International Operations Centre
Via Panisperna 203
00184 Roma, Italia
Tel. 39 (6) 4 82 69 67
Telefax. 39 (6) 4 82 69 28

FRANCIA



LOCALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA



GENERALIDADES**SITUACIÓN GEOGRÁFICA.**

- Nombre Oficial : República de Francia.
- Extensión⁷ : 543,998 Km².
- Fronteras :

N = Bélgica, Luxemburgo.

S = España (oeste), Italia (este).

E = Suiza, Alemania.

O = Mar Atlántico.

CLIMA.

- | | Máxima | Mínima |
|--------------|--------|--------|
| • Verano : | 32 °C | 12 °C |
| • Invierno : | 20 °C | 0 °C |

DATOS GEOGRÁFICOS.

- Habitantes⁷ : 58 millones.
- Densidad⁷ : 106 habitantes por Km².

CIUDADES MÁS IMPORTANTES.

- París/Capital.
- Lyon.
- Marsella.
- Burdeos.
- Lile.

IDIOMA.

- Francés : Oficial y predominante.
- Inglés : Usual para negocios.
- Alemán : Ocasionalmente para negocios.

MONEDA.

- Local : Franco Francés 1 x 100 céntimos.

SECTORES ECONÓMICOS⁷

(% empleos por sectores).

- Agricultura : 5 %
- Industria : 28 %
- Servicios : 67 %

El Comercio ha crecido el 0.8 % en la última década.

PRINCIPALES PUERTOS DE ENTRADA.

- Aéreos : Orly (Aerovías de México) y Roissy - Charles de Gaulle (Air France).
- Marítimos : Le Havre (desde México), Marsella, Nantes.
- Ferroviarios : Densa y eficiente red con conexiones a las diferentes ciudades de Europa.
- Terrestres : Eficiente red de carreteras, autopista de cuota.

VAJILLAS Y ARTÍCULOS DECORATIVOS

En el mercado francés encontramos que los artículos de cocina más adquiridos son los de porcelana, cristalería, cerámica, barro y plata.

**Consumo de Artículos Domésticos
Francia 1994**

Material	Francia (%)
Vidrio	32.00
Cerámica	25.90
Metal	17.90
Barro	18.10
Plástico	6.70
Otros	0.00
Total	100.00 %

Fuente : EUROMONITOR⁸; * Notable error en las cifras, pero la fuente las maneja así

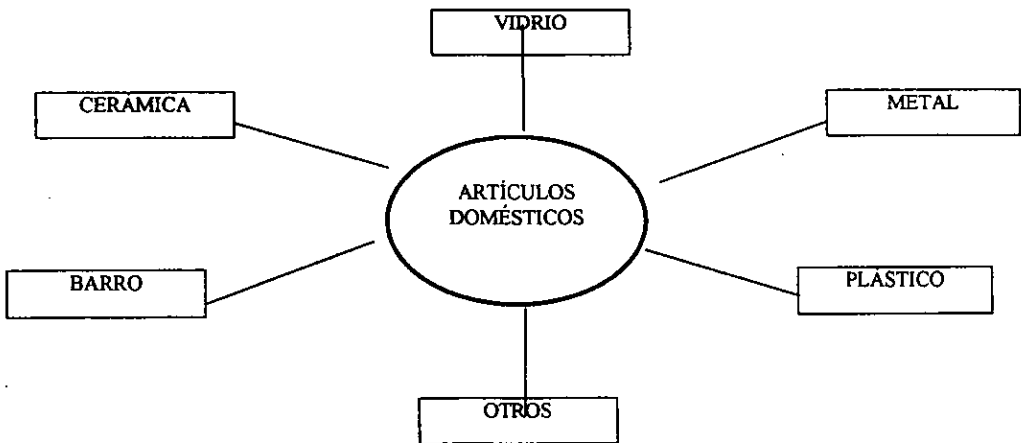
El mercado francés divide los artículos de mesa en dos categorías de uso :

- “Arts de la Table”.
- “Quotidien”.

Los cuales se diferencian por la ocasión de uso, los primeros son idóneos como regalos (en bodas) y como objetos de colección; mientras que los segundos son objetos de uso diario.

La demanda general de estos artículos se elevó en un 3.8 %⁹ en el periodo de 1987 a 1991, tendencia de crecimiento que permanece vigente. En los años 80's se gasto en artículos domésticos y de decoración un 14.3%⁹ y actualmente se llevo a un 7.6%⁹.

COMPETENCIA
Artículos domésticos
Francia
(Material de elaboración)



PRONÓSTICO DE VENTAS
ARTÍCULOS DOMÉSTICOS
(MILLONES DE FRANCOS FRANCESES)

PAÍS	1994	1995	1996	1997	1998	1999
FRANCIA	\$15,570.00	\$15,808.00	\$16,047.00	\$16,329.00	\$16,546.00	\$16,799.00

Fuente : EUROMONITOR

SEGMENTACIÓN**EDADES⁷**

00 - 20	26.00 %
21 - 64	59.00 %
64 - +	15.00 %

Cifras redondeadas.

ESTADO CIVIL⁷

		Hombres	Mujeres
Casados	:	57.30 %	52.30 %
Solteros	:	35.30 %	28.20 %
Viudos:		2.90 %	13.70 %
Divorciados	:	4.50 %	5.80 %
Composición de la familia	:	2.48	

Constitución de los Hogares

1991	No. de Integrantes por Familia	No. de Hogares
Francia	2.48	21,559

Fuente: EUROMONITOR⁸**OCUPACIÓN**

Población activa : 21.9 millones.

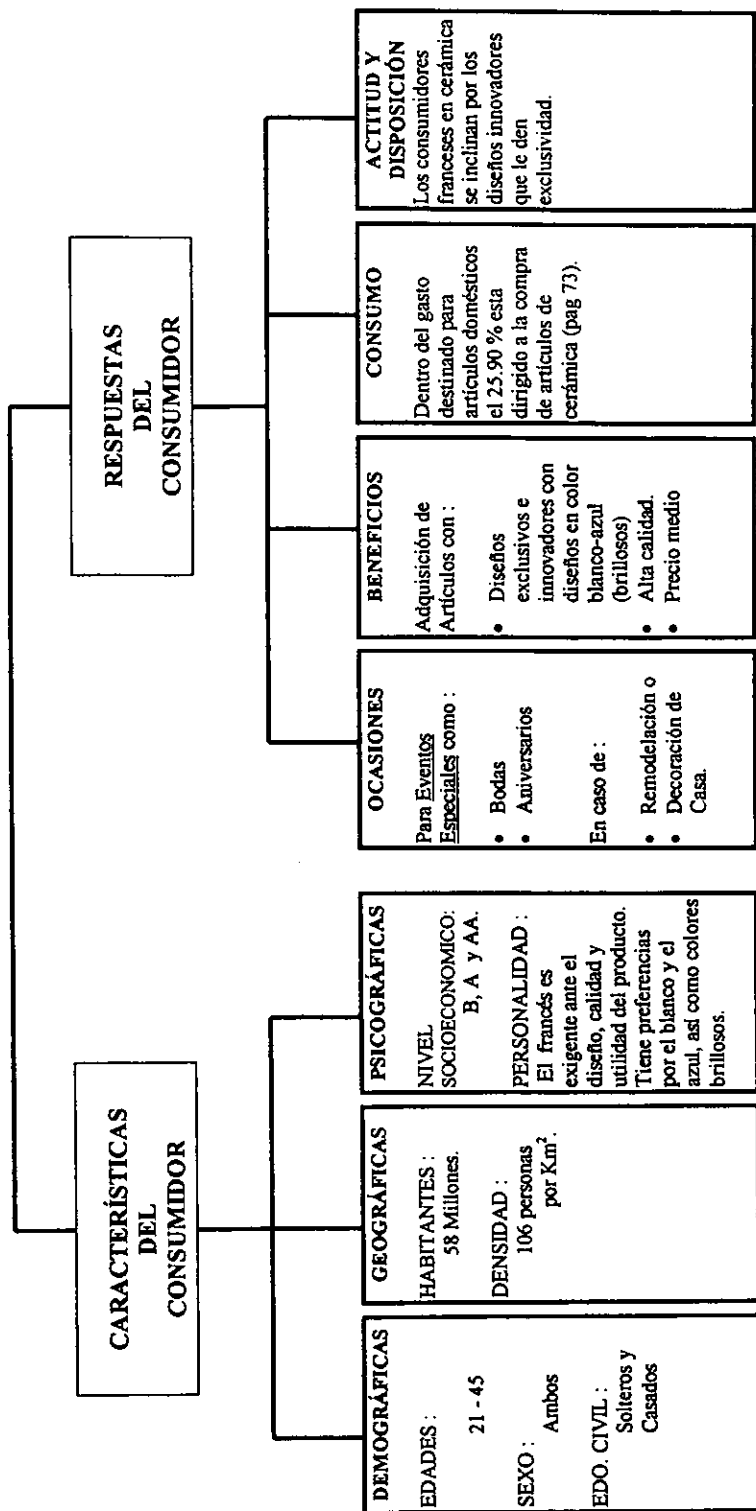
PERFIL DEL CONSUMIDOR^{8,9}, USOS Y COSTUMBRES

La Talavera esta dirigida a personas de clase social "B", "A" y "AA" que tengan entre 21 y 45 años de edad, de ambos sexos, de estado civil casados y solteros, con gusto hacia diseños exclusivos y novedosos, con alta calidad y precio medio.

La mujer francesa de hoy en día tiene que trabajar, por lo cual su tiempo para cocinar y realizar las labores domésticas se ve reducido. De ahí que necesite artículos domésticos de fácil manejo que se puedan utilizar en el microondas y que su limpieza se pueda realizar en el lava vajillas.

El consumidor francés prefiere artículos de uso doméstico con una decoración clásica y neoclásica, romántica en color blanco y azul preferentemente, con diseño de flores. Para la decoración de la cocina se inclinan por artículos pequeños, a comparación de los demás lugares (casa, oficina, hoteles, restaurante) ya que prefieren artículos de diferentes tamaños.

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS DE CONSUMO FRANCÉS



CANALES DE DISTRIBUCIÓN

SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN

- Contactos

Ventas Directas	:	Si no se desea un agente se tendrá que considerar la venta directa. Es necesario para ello tener mucha experiencia y conocimiento del idioma.
Representante	:	Son empleados de la empresa proveedora; es recomendable tener un contrato por escrito sujeto con la metería francesa : duración de prueba máxima de tres meses, pudiendo después ser determinado o indeterminado; en el caso indeterminado deberá iniciarse el plazo para su sucesión y éste deberá tener una duración mínima de un mes en cualquiera de los dos casos.
Agente	:	Estatutarios y no estatutarios.
	Estatutarios :	Este deberá estar fuera del control directo del proveedor, pueden vender productos por cuenta propia, emplean subagentes sin autorización y representan productos no competitivos sin informar a sus proveedores.
	No estatutarios:	Este negocia y/o efectúa transacciones en nombre y por cuenta del proveedor. No goza de prestaciones sociales (obtienen beneficios de la ley francesa).
Comisionista	:	Ejercen en nombre propio, pero por cuenta de sus proveedores y son dueños de la mercancía hasta que ésta es entregada al comprador.
Distribuidores	:	Estos no representan los intereses del proveedor ni del agente o representante. Sólo distribuyen los productos, por contratación.
Importadores Directos	:	Existen en mayor número, sobre todo en grandes almacenes y de productos perecederos. Compran por su propia cuenta.

Contratación :

Informal Directa : Libre decisión de las partes contratantes.

Formal : Notarizada : Existen contratos legalizados.
 Legalizada ante el Cónsul : No se requiere.

Idioma(s) de Contratación : Francés, Inglés y Alemán.

**Distribución de Artículos Domésticos
Francia 1994**

DISTRIBUIDOR	FRANCIA (%)
Especialistas	45.00
Tiendas Departamentales	0.00
Supermercados / Hipermercados	25.00
Mensajería	8.00
Mercados	0.00
Otros	22.00
TOTAL	100.00

Fuente: EUROMONITOR

TRAMITES PARA LA EXPORTACIÓN

RÉGIMEN.

1. Regulación Sanitaria : Son requeridos.
2. Licencias : Sanitarias y de importación en general.
3. Cuotas : No existe ninguna.

DOCUMENTOS.

Documento	Se requiere	No se requiere	Observaciones
Facturas Comerciales	x		
Facturas Consulares	x		
Certificados de Origen	x		Exigidos, se pueden tramitar en la SECOFI.
Listas de Empaque	x		
Conocimientos de Embarque	x		
Certificados de Calidad/Inspección	x		
Certificados Sanitarios	x		
Otros			Carta de declaración a lo cual debe acompañar la muestra con copias.

MUESTRAS

1. Libres de Derecho : Varias.
2. Excepciones : Varias.
3. Con Depósito/Garantía : No se requiere.

LEYENDAS

1. Nombre del Fabricante : Debe ser indicado.
 2. Composición : Debe ser indicado.
 3. Contenido en Unidades Métricas : Debe ser indicado.
 4. País de Origen : Debe ser indicado.
- Idioma (s) : Francés Obligatoriamente.

COTIZACIONES Y PAGOS**COTIZACIONES.**

- LAB / FOB : El más utilizado.
- CIF : Las cotizaciones deben ser hechas en CIF, a menos que la compra sea de gran volumen y el importador se haga cargo del seguro. Los derechos aduaneros se calculan en base del precio CIF, en el puerto de entrada de algún país de la C.E.

PAGOS.

- Cartas de Crédito : En las primeras transacciones se debe utilizar Carta de Crédito irrevocable. Sin embargo la mayoría de los importadores prefieren el pago contra documentos.
- Crédito Directo : Existe por Contrato.
- Crédito Revolvente : Existe por Contrato.
- Crédito Indirecto : Existe por Contrato.
- Contado : Depende del grado de confianza.
- Pago Anticipado : -Parcial : Por Contrato.

FOLLETERÍA

Los folletos deberán estar escritos en el idioma francés.

REGLAMENTACIÓN

- Normas : Cumplir con las regulaciones francesas preestablecidas sobre la prevención de accidentes.
- Estándares : Técnicos y eléctricos administrados por las autoridades francesas.

PATENTES Y MARCAS

1. Venta de Productos con Patentes/Marcas Registradas por Terceros :

Sólo en el caso de distribución de grandes volúmenes.

2. Registro de Patentes y Marcas :

Deben ser registrados con trámites en Francia o en México ante abogados especializados.

3. Oficina de Patentes y Marcas :

La Oficina Europea de Patentes tiene su sede en Múnich, Alemania y en Francia el INPI en París.

4. Cobertura :

Generalmente es de 20 años, sin embargo, deberá consultarse a la oficina de patentes para la información específica sobre cada producto.

CULTURA DE NEGOCIOSVIAJES DE NEGOCIOS**Documentación Migratoria**

Documento	Se requiere	No se requiere	Observaciones
Pasaporte	x		Valido y vigente.
Visa		x	Entrada valida por 3 meses.
Vacunas		x	
OBTENCION	En los Consulado francés en México		

Fuente : *EUROMONITOR*ALOJAMIENTO Y ALIMENTOS.

1. Rangos de Hospedaje : Desde hoteles de lujo hasta pensiones modestas.
2. Reservaciones : Hacerlas con anticipación en ciudades donde se celebran ferias internacionales y período de verano.
3. Tarifas Hoteleras : Variables según temporada, categorías, y ciudad.
4. Alimentos : Todo tipo de restaurantes, desde el clásico "bistrot" hasta el de lujo.

TRANSPORTACIÓN LOCAL.

1. Autobuses : En las principales ciudades.
2. Ferrocarril : Enlaces para cualquier punto de territorio conecta las ciudades más importantes : Lila, Lyon, Marsella, Toulouse, Nantes, París.
3. Taxis : En cualquier ciudad, tarifas elevadas.
4. Renta de Autos : En aeropuertos y ciudades importantes.
Licencia : Internacional.

VESTIDO.

1. Primavera : Prendas templadas.
2. Verano : Prendas ligeras.
3. Otoño : Prendas templadas y paraguas.
4. Invierno : Prendas abrigadoras, impermeables y paraguas.

HORARIO DE NEGOCIOS.

- | | | |
|--------------------------|---|--|
| 1. Días Hábiles | : | De Lunes a Viernes. |
| 2. Horarios de Oficina | : | De las 8:30 a las 12:30 hrs y de 14:00 a las 18:00 hrs. |
| 3. Horario Bancario | : | De Lunes a Viernes de las 9:00 hrs. a las 16:00; víspera de día festivo, de 9:00 hrs. a las 12:00 hrs. |
| 4. Horario Gubernamental | : | De 9:00 a 17:00 hrs. |
| 5. Horario Comercial | : | De Lunes a Viernes, de 9:30 hrs a las 19:00 hrs. Los supermercados en las grandes ciudades hasta las 22:00 hrs. en verano. |

DÍAS FESTIVOS.

Año Nuevo	1° de Enero.
Lunes de Pascua	8 de Abril.
Fiesta del Trabajo	1° de Mayo.
Victoria de 1945	8 de Mayo.
Asunción	16 de Mayo.
Lunes de Pentecostés	27 de Mayo.
Fiesta Nacional	14 de Julio.
Fiesta de Todos los Santos	1° de Noviembre.
Armisticia	11 de Noviembre.
Navidad	25 de Diciembre.

HORARIO VS. CIUDAD DE MÉXICO.

- Verano : + 7 horas.
- Invierno : + 7 horas.

COMUNICACIONES.

- Correos : La tarifa mínima de correo ordinaria a México es de FRF 4.40.
- Fax : Se encuentra en correos y en algunos hoteles.
- Teléfonos : Descuentos en llamadas nacionales a partir de las 20:00 hrs. en internacionales, a partir de las 19:00 hrs.

PUBLICACIÓN RECOMENDADA.

Table et Cadeau
Les éditions Ampere Groupe C.E.P.P.
25, Rue Dagorno
F - 75012 Paris
Francia
Tel. + 33.1.43473020
Fax. + 33.1.43473080

ORGANIZACIONES DE APOYO

ASISTENCIA EN COMERCIO INTERNACIONAL.

- Cámara Franco - Mexicana de Comercio e Industria

Protasio Tagle No. 104
Col. San Miguel Chapultepec
C.P. 11850
México, D.F.
Tel. 015 272 0960 / 1260 / 1560
Fax. 015 515 3030
E-Mail : cam franco mex @ comoserve.com.mex.

- Embajada de Francia en México.

Campos Eliseos No. 339
Col. Polanco - Chapultepec
C.P. 11560
México, D.F.
Tel. 015 282 9700
Fax. 015 282 9703

- Organismo Gubernamental.

Servicios de Expansión Económica.
Campos Eliseos no. 339
Col. Polanco - Chapultepec
C.P. 11560
México, D.F.
Tel. 015 282 9820
Fax. 015 282 9832

• OTROS.

CCI- Cámara de Comercio Internacional.

Información sobre Incoterms.

38, cours Albert 1er

75008 París, Francia.

Tel. 33 (1) 49 53 28 28

Telefax. 33 (1) 49 53 29 42

BIE - Oficina Internacional de Exposiciones.

56, Avenue Victor Hugo.

75016 París, Francia.

Tel. 33 (1) 45 00 38 63

Telefax. 33 (1) 45 00 96 15

EMECA - Asociación Europea de los Principales Centros de Exposiciones.

Parc des Expositions de París-Nord Villepinte.

Apartado de correos 60004

95970 Roissy, Charles de Gaulle Cedex

Francia.

Tel. 33 (1) 48 63 30 94

Telefax. 33 (1) 48 63 31 28

UFI - Unión de Ferias Internacionales.

35 bis, Rue Jouffroy d'Abbans

75017 París, Francia.

Tel. 33 (1) 42 67 99 12

Telefax. 33 (1) 42 27 19 29

PROMEX-PMA, Agencia Francesa para la promoción de Exportaciones de Países Menos Desarrollados.

10, avenue d'Iéna

75016 París Francia

Tel. 33 (1) 407 330 67

Telefax. 33 (1) 407 339 69

ETSI- Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones.

ETSI- Secretariat

650, Rue des Luciolis

06921 Sophia Antipolis Cedex, Francia

Tel. 33 (92) 94 42 00, Telefax. 33 (93) 65 47 16

ALEMANIA



LOCALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA



GENERALIDADES**SITUACIÓN GEOGRÁFICA.**

- Nombre Oficial : República de Alemania.
- Extensión⁷ : 356,711 Km².
- Fronteras :

N = Dinamarca.

S = Suiza y Austria.

E = Checoslovaquia.

O = Holanda, Bélgica, Luxemburgo y Francia.

CLIMA.

	Máxima	Minima
• Verano :	30 °C	15 °C
• Invierno :	0 °C	-10 °C

DATOS GEOGRÁFICOS.

- Habitantes⁷ : 80 millones.
- Densidad⁷ : 224 habitantes por Km².

CIUDADES MÁS IMPORTANTES.

- Berlín / Capital.
- Hamburgo.
- Múnich.
- Colonia.
- Frankfurt.

IDIOMA.

- Alemán : Oficial y predominante.
- Inglés : Usual para negocios.

MONEDA⁷

- Local : Marco Alemán (1 Marco = 100 Pfennige).
(promedio 1996).

SECTORES ECONÓMICOS⁷

- Agricultura : El 30 % de la superficie (75% necesidades alimenticias).
 - Agropecuaria : Ganado porcino, vacuno, ovino y menor.
 - Agrícola : Cebada, remolacha, trigo, avena, papa y centeno.
- Recursos Naturales
 - Minería : Hulla de carbón y sal.
 - Forestales : 30 % de la superficie.
 - Otros : Hierro, zinc , plomo, cobre y potasio.
- Industria : De maquinaria, eléctrica, electrónica , química, automotriz, alimenticia.
- Servicios : Transporte, electricidad, comunicación que son paraestatales o privadas.

PRINCIPALES PUERTOS DE ENTRADA.

- Aéreos : Lufthansa, 6 vuelos semanales, México-Frankfurt.
- Marítimos : Hamburgo, Bremen hacia el Mar del Norte, y Lubeck, Kiel y Rostock hacia el Mar Báltico.
- Ferroviarios : Enlaces entre las grandes poblaciones.
- Terrestres : Enlaces entre las principales poblaciones europeas.

VAJILLAS Y ARTÍCULOS DECORATIVOS

En el mercado alemán encontramos que los artículos de cocina más adquiridos son los de vidrio, cerámica y metal.

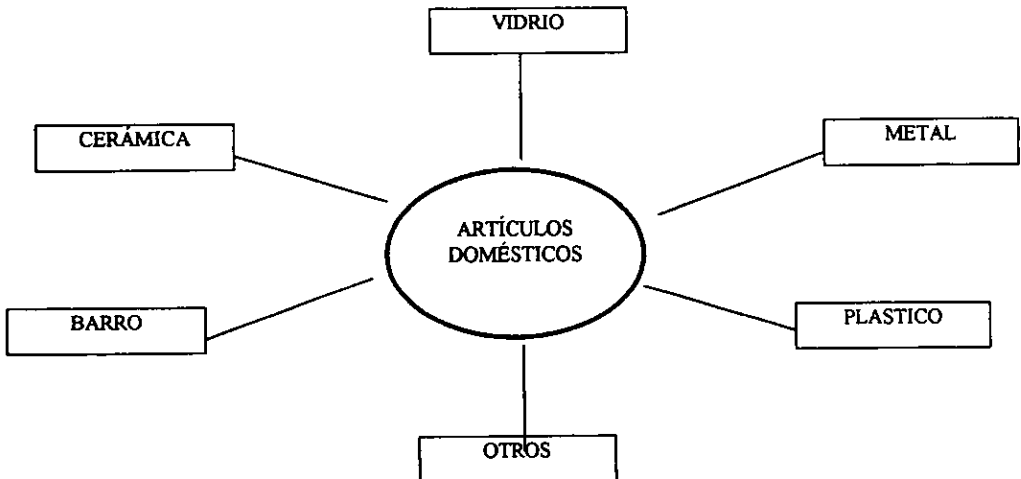
**Consumo de Artículos Domésticos
Alemania 1994**

Material	Alemania (%)
Vidrio	30.80
Cerámica	24.20
Metal	21.10
Barro	17.10
Plástico	6.80
Otros	0.00
Total	100.00 %

Fuente : EUROMONITOR⁸

COMPETENCIA

Artículos domésticos
Alemania
(Material de elaboración)



PAÍSES PROVEEDORES
ARTÍCULOS DOMÉSTICOS - ALEMANIA
1993-1994 (Ene. - Nov.)
Miles de USD

País	1993	1994
Italia	3,520.00	3,538.00
Países Bajos	1,218.00	1,479.00
Portugal	1,616.00	760.00
Francia	877.00	576.00
México	65.00	0.00

FUENTE: Statistisches Bundesamt Wiesbaden¹⁾.

**PAÍSES PROVEEDORES
ARTÍCULOS DECORATIVOS - ALEMANIA
1993-1994 (Ene. - Nov.)
Miles de USD**

País	1993	1994
China	4,256.00	7,923.00
Portugal	6,875.00	7,146.00
Taiwan	5,879.00	5,785.00
Italia	4,939.00	4,561.00
México	766.00	111.00
TOTAL	4,241.00	8,910.00

FUENTE: Statistisches Bundesamt Wiesbaden¹⁾.

**PRONÓSTICO DE VENTAS
ARTÍCULOS DOMÉSTICOS
(BILLONES DE MARCOS ALEMANES)**

PAÍS	1994	1995	1996	1997	1998	1999
ALEMANIA	\$4,578.00	\$4,592.00	\$4,620.00	\$4,671.00	\$4,732.00	\$4,798.00

FUENTE: EUROMONITOR²⁾

SEGMENTACIÓN

EDADES⁷

00 - 18	19.1 %
19 - 30	19.7 %
31 - 40	14.5 %
41 - 60	26.3 %
61 - +	20.4 %

NIVELES SOCIOECONÓMICOS⁷

AA	0.5 %
A	18.7 %
B	40.3 %
C	38.3 %
D	2.2 %

ESTADO CIVIL⁷

Casados	:	56.24 %
Solteros	:	43.76 %
Composición de la Familia ⁸	:	2.23

Constitución de los Hogares

1991	No. de Integrantes por Familia	No. de Hogares
Alemania	2.23	33,033

FUENTE: EUROMONITOR⁹**OCUPACIÓN**

Obreros	:	40.53 %
Empleados	:	43.94 %
Profesionistas	:	9.47 %
Estudiantes	:	3.79 %
Otros	:	2.27 %

PERFIL DEL CONSUMIDOR^{8,9}, USOS Y COSTUMBRES

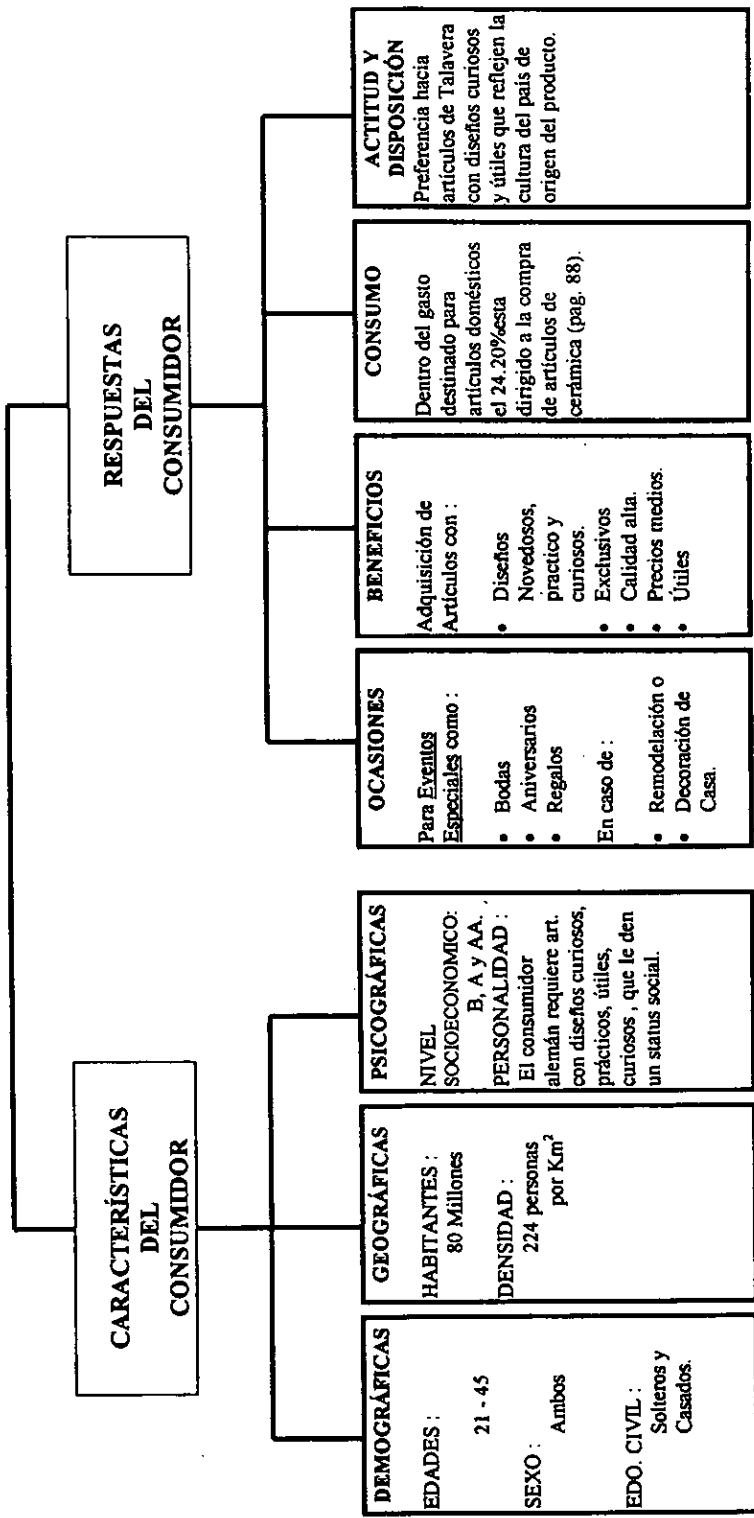
Las características de nuestro mercado meta son: personas que tengan entre 25 y 45 años de edad, de ambos sexos, solteros y casado; con nivel socioeconómico "B", "A" y "AA".

El consumidor Alemán se caracteriza por tener una gran exigencia a la tendencia de buscar artículos diferentes que muestren una exclusividad y den un status; los cuales deben ser útiles, prácticos, con diseños curiosos y con una gran calidad, orientada a un precio medio.

La ocasión de compra de objetos artesanales de cerámica se da cuando el consumidor debe crear un nuevo sistema habitacional (casa, oficina, iglesia, jardines, etc.); cuando debe dar un obsequio (bodas, Navidad, etc.); o cuando ha de sustituir algún objeto decorativo en casa u oficina, artículo de mesa y cocina.

El consumidor Alemán en los últimos años se ha desarrollado una tendencia hacia los objetos artesanales porque en ellos se ve reflejada la cultura del país, por lo cual esta dispuesto a invertir el 14.6% de su ingreso a la compra de cerámica para decoración y utensilios domésticos.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE CONSUMO ALEMÁN



CANALES DE DISTRIBUCIÓN**SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN**

- Contactos.

No existe una reglamentación en cuanto al proceso de distribución a la cual los proveedores se tengan que apegar. Esta se puede adaptar a las necesidades del comercializador por los siguientes medios:

- Establecimiento de una sucursal de ventas propias.
- Tratamiento del mercado a través de representantes comerciales.
- Ventas a través de comisionistas.
- Ventas a través de comerciantes importadores.
- Ventas a través de mayoristas del comercio interior.
- Ventas directas a empresas del comercio detallista.

**Distribución de Artículos Domésticos
Alemania 1994**

DISTRIBUIDOR	ALEMANIA (%)
Especialistas	19.00
Tiendas Departamentales	26.00
Supermercados / Hipermercados	0.00
Mensajería	2.00
Mercados	0.00
Otros	53.00
TOTAL	100.00

FUENTE: EUROMONITOR¹

TRAMITES PARA LA EXPORTACIÓN**RÉGIMEN**

1. Licencias : Para productos agrícolas, materias primas y "Commodities".
2. Cuotas : Productos agrícolas, materias primas "Commodities". Se necesita actualizarse debido a frecuentes modificaciones.
3. Impuestos : 7% para productos alimenticios y un 14% a los restantes. Estos porcentajes se basan en el valor de la mercancía y derechos aduaneros.

DOCUMENTOS.

Documento	Se requiere	No se requiere	Observaciones
Facturas Comerciales	x		Deben incluir valor, cantidad, y descripción de mercancía, país de origen y costos.
Facturas Consulares		x	No necesaria la legalización.
Certificados de Origen	x		Aunque no muy requerido, incluyendo las mercancías Legalizado por la Cámara de Comercio.
Listas de Empaque		x	
Conocimientos de Embarque	x		Girados a la orden del embarcador y endosados por un banco.
Certificados de Calidad/Inspección		x	Sin embargo, algunas veces no son exigidos por el importador.
Otros	x		Se recomienda mandar los documentos duplicados, enviando el original y la copia por separado.

MUESTRAS

1. Libres de Derecho : Muestras comerciales y material comercial.
2. Excepciones : Algunas pueden ser importadas sin el pago de derechos.
3. Con Depósito/Garantía : Se depositan los derechos aduaneros con la garantía de reembolso en caso de reexportación.

ETIQUETAS Y LEYENDAS**ETIQUETADO.**

- Otros : En cubiertas exteriores no hay regulaciones.

LEYENDAS.

- Nombre del Fabricante : Debe ser indicado.
 - Composición : Debe ser indicado.
 - Contenido en Unidades Métricas : Debe ser indicado.
 - País de Origen : Debe ser indicado.
- Idioma : Alemán.

COTIZACIONES Y PAGOSCOTIZACIONES.

- LAB / FOB: Puerto de embarque del país exportador (menos usual), el precio FOB deberá indicarse en las cotizaciones del CIF.
- CIF : Las cotizaciones deben ser en CIF a menos que la compra sea de gran volumen y el importador se haga a cargo del seguro. Los derechos aduaneros se calculan sobre la base del precio CIF en el puerto de entrada de la C.E.

PAGOS.

- Cartas de Crédito : Las primeras transacciones se pueden concluir con letra de cambio, la mayoría de las exportaciones prefieren pago "contra documentos", cuando se establece confianza.
- Crédito Directo : Solamente en envíos grandes.
- Crédito Revolvente : Únicamente en caso de relaciones estrechas.
- Crédito Indirecto : Poco conocido.
- Contado : Si el importador alemán posee una fuerte posición y la solvencia esta fuera de deuda.
- Pago Anticipado :
 - Parcial : Poco usual.
 - Total : Poco usual.

FOLLETERÍA

Los folletos deberán estar escritos en el idioma alemán.

REGLAMENTACIÓN

- Normas : Cumplir con las regulaciones alemanas sobre prevención de accidentes.
- Estándares : Técnicos y eléctricos administrados por autoridades de administración alemana.

PATENTES Y MARCAS**1. Venta de Productos con Patentes/Marcas Registradas por Terceros :**

Averiguar si son afectados los derechos protegidos alemanes o si se requiere efectuar un registro en Alemania.

2. Registro de Patentes y Marcas :

Deben ser registrados con trámites en Alemania o en México en la oficina de patentes o marcas.

3. Oficina de Patentes y Marcas :

La oficina Europea y la Alemana de patentes tienen su sede en Múnich.

4. Cobertura :

Patentes de 20 años, marcas de 10 años y modelos de utilidad industrial.

CULTURA DE NEGOCIOS**VIAJES DE NEGOCIOS.****Documentación Migratoria**

Documento	Se requiere	No se requiere	Observaciones
Pasaporte	x		Valido y vigente.
Visado		x	En estancia menores de 3 meses.
Vacunas		x	
Obtención de doctos.	En el Consulado de Alemania en México.		

ALOJAMIENTO Y ALIMENTOS.

- | | | |
|------------------------|---|---|
| 1. Rangos de Hospedaje | : | Desde hoteles de lujo hasta pensiones modestas. |
| 2. Reservaciones | : | Es aconsejable reservar con anticipación. |
| 3. Tarifas Hoteleras | : | Altas; tasas de servicio entre el 10% y 15%. |
| 4. Alimentos | : | Todo tipo de restaurantes, el servicio y el IVA normalmente están integrados. |

TRANSPORTACIÓN LOCAL.

- | | | |
|-------------------|---|--|
| 1. Autobuses | : | Densa red dentro de las grandes ciudades. |
| 2. Ferrocarril | : | Enlaces entre las grandes poblaciones. |
| 3. Taxis | : | Se obtienen fácilmente. La cuenta se redondea. |
| 4. Renta de Autos | : | En aeropuertos y ciudades importantes. |
| Licencia | : | Internacional. |

VESTIDO.

- | | | |
|--------------|---|---|
| 1. Primavera | : | Ropa de zona templada. |
| 2. Verano | : | Prendas muy ligeras. |
| 3. Otoño | : | Ropa de zona templada. |
| 4. Invierno | : | Bien abrigados, guantes y calzado especial. |

HORARIO DE NEGOCIOS.

- | | | |
|--------------------------|---|---|
| 1. Días Hábiles | : | De Lunes a Viernes. |
| 2. Horarios de Oficina | : | De : 8:00 a 16:30 hrs, algunas cierran los
Viernes a las 14:00 hrs |
| 3. Horario Bancario | : | De Lunes a Miércoles de 8:30 a 16:00 hrs.,
Jueves a las 18:00 hrs. Viernes a las 15:30 hrs. |
| 4. Horario Gubernamental | : | De 7:30 a 12:00 hrs. |
| 5. Horario Comercial | : | De Lunes a Miércoles de 8:30 a 18:00 hrs,
Jueves hasta las 20:00 hrs, Viernes a las
18:00 hrs las tiendas cierran a las 14:00 hrs,
excepto el primer Viernes de cada mes;
cierran a las 18:00 hrs |

Días Festivos.

Año Nuevo	1° de Enero.
Viernes Santo	Marzo-Abril (variable).
Lunes de Pascua	Marzo- Abril (variable).
Día del Trabajo	1° de Mayo.
Ascensión	Mayo (variable).
Pentecostés	Junio (variable).
Día Nacional	3 de Octubre.
Penitencia	Noviembre.
Navidad	25 de Diciembre.

HORARIO VS. CIUDAD DE MÉXICO.

- Verano : + 8 horas (Finales de Marzo finales de Septiembre).
- Invierno : + 7 horas (Resto del año).

COMUNICACIONES.

- Correos : Además de este servicio se encuentra el Fax.
- Fax : Disponible en algunos correos y hoteles.
- Teléfonos : Disponibles en hoteles, siendo más económicos que en correos.

ORGANIZACIONES DE APOYOASISTENCIA EN COMERCIO INTERNACIONAL.

- Cámara México-Alemana de Comercio e Industria (CAMEXA).

Bosques de Ciruelos No. 130 Piso 12.
 Col. Bosques de las Lomas
 C.P. 11700
 México, D.F.
 Tel. 015 251 4022
 Fax. 015 596 7695

- Embajada de la República Alemana en México.

Lord Byron No. 737
Col. Polanco
C.P. 11560
México, D.F.
Tel. 015 545 6655
Fax. 015 255 3180

- Organismos Gubernamentales.

Deutscher Industrie- und Handelstag (DIHT).
Confederación de Cámaras Alemanas e Industrias y Comercio.
Apdo. Postal. 14 46,53004 Bonn;
Adenauer. Allee A 148,53113 Bonn;
Tel. (0228)1040
Fax. (0228) 104158

Bundesverband der Deutschen Industrie e. V. (BDI).
(Confederación de la industria Alemana).
Postfach 51 05 48, 50941 Köln
Gustav-Heinemann-Ufer 84-88,509668 Köln
Tel. (0221) 37 08 00
Fax. (0221) 370 87 30

Mexikanische Handelsmission Bonn.
Banco de Comercio Exterior (BANCOMEXT).
Adenauerallee 100, 53113 Bonn
Tel. (0228) 223021
Director. Herr Lajos Szendro-Kassa

BfAI- Oficina Federal de Información sobre Comercio Exterior; Oficinas de Berlín y Colonia.
Scharnhorststrasse 36
Apartado de correos 650268 13302 Berlin Alemania
Tel. 49 (30) 201 45 201
Fax. 49 (30) 201 45 204

Agrippastrasse 87-93
Apartado de Correos 100522
50455 Colonia Alemania
Tel. 49 (221) 205 70
Fax. 49 (221) 205 72 12

GTZ/PROTRADE- Agencia Alemana para la Cooperación Técnica.

PROTRADE es un programa de Fomento de Comercio y de Ferias de Muestras puesto en práctica conjuntamente por GTZ (Servicios Asesores) y la agencia Alemana de Inversión y Desarrollo GmbH (DEG).

Dag- hammarskjold- weg 1-5

Apartado de Correos 5180

65726 Eschborn Alemania

Tel. 49 (6196) 790

Fax. 49 (6196) 79 74 14

International Directory of Trade Fairs (Guía Internacional de Ferias de Muestra) y

International Tradeshow Directory (Guía de exposiciones de Muestras Internacionales).

M+A Publishers for Fairs

Mainzer Landstrasse 251

Apartado de Correos 101528

60015 Frankfurt/Main Alemania

Tel. 49 (69) 759 502

Fax. 49 (69) 759 512 80

2.3 NORMATIVIDAD PARA LA EXPORTACIÓN A PAÍSES DE LA COMUNIDAD EUROPEA¹²

No existen normas técnicas y de calidad para exportar a los países de la Comunidad Europea, de objetos artesanales de cerámica.

Sin embargo, existen diversas características técnicas que deben presentar los productos :

69.12.00.50* y 69.13.90.93** De loza o de barro fino

Se clasifican en esta subpartida los productos obtenidos mediante la cocción de una mezcla de arcillas seleccionadas "barro fino", las cuales pueden ser mezcladas con feldespato y con cantidades variables de cal (loza dura, loza mixta, loza blanca).

Los productos de loza se caracterizan por su mezcla de color blanco o claro (ligeramente grisácea, crema o marfil) y los de barro fino por una pasta de color amarillo, pardo o pardo rojizo. La masa, la cual presenta un grano fino, es homogénea y el diámetro de los elementos no homogéneos (granos, inclusiones, poros), representativos de la estructura de la masa general, es igual o inferior a 0.15 mm. (Estos elementos no son visibles a simple vista).

Su porosidad (coeficiente de absorción en agua) es igual o superior al 5% en peso. Dicha porosidad se debe determinar con base en el método reportado en el anexo 1.

PARA PRODUCTOS QUE TIENEN CONTACTO CON ALIMENTOS.

La cerámica de exportación debe ser lisa, fina, de colores firmes. Existe una legislación sobre la concentración máxima de plomo y cadmio de cerámica, por lo que los artículos de cerámica que deseen ser exportados a la Comunidad Europea deben ir acompañados por un certificado de laboratorio oficial.

La Directiva 84/500/CEE del Consejo, del 15 de octubre de 1984, relativa a la aproximación de las legislaciones de los estados miembros de la CE sobre objetos de cerámica destinados a entrar en contacto con productos alimenticios considerando que los objetos pueden transferir plomo y cadmio, que suponen riesgo para la salud humana, ha fijado las cantidades máximas de plomo y cadmio que pueden pasar en los productos alimenticios. Tales límites deben controlarse por medio de una prueba, cuyas normas de base se describen en el siguiente anexo.

La Directiva fija los procedimientos que deben seguirse para la actualización y aplicación de esta normatividad.

* Los demás (vajillas y demás artículos de uso doméstico, de higiene o de tocador, de cerámica, excepto de porcelana).

** Los demás (estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica).

ANEXO 1

DETERMINACIÓN DEL COEFICIENTE DE ABSORCIÓN DE AGUA DE LOS PRODUCTOS DE LOZA O DE BARRO FINO⁶

- Finalidad y definición.

El ensayo tiene como finalidad el determinar el coeficiente de absorción de agua del producto. Dicho coeficiente es un porcentaje que se determina en base al peso inicial del mismo.

- Preparación de las muestras y realización del ensayo.

El número de muestras por cada pieza no debe ser inferior a tres. Dichas muestras se extraen de las partes esmaltadas de un mismo artículo, no debiendo tener más de una cara esmaltada.

La superficie de cada muestra será de 30 cm² y su espesor máximo de 8 mm, aproximadamente, incluido el esmalte.

Las muestras se secan en una estufa a 105°C durante 3 horas y previo enfriamiento en secador, se determina su peso (Ps), con una diferencia de presión de 0.05g. Posteriormente se sumergen inmediatamente en agua destilada sin tocar el fondo del recipiente.

Se hierva durante dos horas y después se dejan las muestras en reposo en el agua durante 20 horas. Se retiran y se enjuaga el agua superficial con un paño limpio y ligeramente húmedo. Las cavidades y los poros se secan con pinceles delgados ligeramente húmedos. Se determina el peso (Ph).

El coeficiente de absorción de agua de las muestras vendrá dado por el valor de su aumento de peso multiplicado por 100 y dividido por el peso obtenido en estado seco :

$$\text{Coeficiente de Absorción} = \left(\frac{Ph - Ps}{Ps} \right) \times 100$$

- Evaluación de los resultados

La media de los coeficientes de absorción de las diferentes muestras, expresada en porcentaje, será el coeficiente de absorción de agua de los productos.

COMUNIDAD EUROPEA
DIARIO OFICIAL L 277D20 DE OCTUBRE DE 1984.

Artículo 1.

1. La Comunidad Europea ha indicado en lo concerniente a la cerámica : que ésta que lleve plomo y cadmio principalmente en su acabado o que entre en contacto directo con los alimentos estará sujeta a una normatividad.
2. Los artículos de cerámica son aquellos que se manufacturan con la mezcla de materiales inorgánicos con alto silicio que deberán combinarse con pequeñas cantidades de material orgánico. Estos artículos para obtener su acabado permanente, deben mezclar todo lo anterior por medio del horneado; después deben ser barnizados y /o decorados.

Artículo 2.

1. Las cantidades de plomo y cadmio que se transfieren en los artículos de cerámica no deben de exceder los límites permitidos.
2. Las cantidades que se transmiten de plomo y cadmio deben ser determinados por un examen, el cual se encuentra especificado en el anexo A, así mismo el método de análisis que se utilizará, que se describe en el anexo B.
3. La consistencia de los artículos de cerámica con plomo y/o cadmio no deben exceder de mg/dm² o mg/litro).

Se llevará a cabo un examen por separado y bajo las mismas condiciones tanto para la superficie del artículo como para la tapa del mismo. Así mismo la suma de estas dos extracciones nos indica la relación apropiada que se debe mantener tanto en la superficie como en el volumen del artículo examinado.

4. Los artículos de cerámica pueden cubrir satisfactoriamente los requerimientos que estipula la Directiva de la Comunidad Europea, si las cantidades de plomo y/o cadmio extraídas durante el examen no están por debajo del anexo A y B; entonces no excederá los siguientes límites:

1.2.3 Pb Cd -

- | | | |
|-------------|---|--|
| Categoría 1 | : | Los artículos de cerámica que pudieran o no ser llenados por debajo del punto horizontal plano, no debe exceder los 25 mm 0.8 mg / dm ² , 0.07 mg / dm ² . |
| Categoría 2 | : | Todos aquellos artículos que se pueden llenar:
4.0 mg / l, 0.3 mg / l. |
| Categoría 3 | : | Los artículos cocidos, almacenados y empaquetados que tengan una capacidad mayor de 3 litros 1.5 mg / l, 0.1 mg / l. |

5. Sin embargo, cuando los artículos de cerámica no exceden el 50% de las cantidades permitidas, entonces éstos han pasado satisfactoriamente los requerimientos solicitados por la Dirección de la Comunidad Europea. Por lo menos 3 artículos con el mismo diseño, dimensiones, decoración y brillo deben ser sujetos a un examen, para observar que pasen las condiciones que se indican en el anexo A y B; para ver que las cantidades en promedio de plomo y/o cadmio extraídas no excedan los límites permitidos.

Artículo 3.

Las correcciones que se han hecho a los anexos en cuanto a los desarrollos científicos y al conocimiento técnico, con excepción a la sección 1 y 2 del anexo A, deberán adoptarse de acuerdo con el procedimiento indicado en el artículo 10 de la Directiva. 76/893/EEC.

Artículo 4.

1. Sin tres años de notificación a la directiva, el administrador determinó un acuerdo en cuanto al procedimiento indicado en el artículo 100 de este Tratado:
 - a) Las limitaciones impuestas a las áreas de contacto, específicamente la boca, con los artículos de cerámica.
 - b) Los métodos para examinar las limitaciones del inciso "a" y su complemento.
2. En ese mismo periodo el administrador debería reexaminar los límites del artículo 2, los datos de toxicidad y tecnología y las condiciones para realizar el examen del anexo A, para así indicarle a la Dirección las correcciones necesarias.

Artículo 5.

1. Los estados miembros mostrarán sus leyes para observar si es necesario complementarlas con la de la Dirección, como :
 - Se deberá acatar la comercialización de los artículos de cerámica, tres años después de la notificación de la Dirección.
 - Cinco años después de la notificación de la Dirección, los artículos de cerámica que no cumplan con estas estipulaciones quedarán prohibidos.

En caso de que exista alguna corrección se informará al administrador.

2. Sin perjudicar al párrafo 1, los estados miembros deberán prohibir o continuar con ésta en cuanto a la producción de los artículos de cerámica que no estén de acuerdo con la Dirección.

ANEXO " A "

REGLAS BÁSICAS PARA LA DETERMINACIÓN DE LA MIGRACIÓN DE PLOMO
Y/O CADMIO A LA COMUNIDAD EUROPEA.

1. Examen líquido (simulado).

Solución acuosa fresca preparada de ácido acético al 4 % (v/v).

2. Condiciones del examen.

- 2.1. Cuidar que la prueba esté bajo una temperatura de $22^{\circ} \pm 2^{\circ}$ centígrados, por un tiempo de 24 ± 0.5 hrs.
- 2.2. Cuando la migración del plomo ha sido determinada, el plomo debe cubrirse apropiadamente en un punto medio de protección y exponerse a una luz adecuada en el laboratorio.
- 2.3. Cuando la migración del cadmio o del plomo ha sido determinada hay que cubrirla asegurando la superficie examinada en total oscuridad.

3. Relleno.

3.1. Algunas muestras que pueden utilizarse con el relleno.

Rellenar el artículo con una solución de ácido acético al 4 % (v/v) al nivel, no más de un milímetro del borde; la distancia se mide desde encima de éste.

Las muestras con un borde plano o muy delgado deben ser rellenadas con una distancia entre la superficie y el líquido que no sea mayor de 6 milímetros de la distancia del borde vertiente.

3.2. Muestras que no pueden utilizarse con el relleno.

La superficie de la muestra que no entre en contacto con los alimentos primeramente se cubre con una protección adecuada que pueda resistir la acción del 4 % (v/v) de la solución de ácido acético. Entonces, esta muestra es sumergida en un recipiente que contenga un volumen razonable de ácido acético para que así la superficie intente llegar a tener contacto con alimentos lo cual hará que se cubra el requisito de la prueba líquida.

4. Determinación del área de la superficie del artículo.

La superficie del área de los artículos de la categoría 1 es igual a la superficie del área que se obtiene de los líquidos con los que se rellenaron en la sección 3.

ANEXO "B"

MÉTODO DEL ANÁLISIS PARA DETERMINAR LA MIGRACIÓN DEL PLOMO Y CADMIO.

1. Objeto y aplicación del campo.

Este método permite determinar la migración específica de plomo y/o cadmio.

2. Principio.

La determinación de la migración específica del plomo y/o cadmio es mediante una absorción espectrofotométrica de absorción atómica.

3. Reactivo.

Todos los reactivos deben ser de una característica analítica o por lo menos de otra especificación. Se refiere a que son realizados con agua, casi siempre destilada u otra equivalente a la anterior.

3.1. Solución acuosa de ácido acético al 4 % (v/v).

Añadiendo 40 mililitros de ácido acético frío al agua y así obtener 1000 ml.

3.2 Soluciones Stock.

Se prepara la solución stock en unos 1000 mg/litro de plomo y por lo menos unos 500 mg/litro de cadmio respectivamente en ácido acético al 4% (3.1).

4. Instrumentos.

4.1 Espectrofotométrica de absorción atómica.

Este instrumento determina el límite de plomo y cadmio que debe tener, o bien, el mínimo permitido, que es:

- 0.1 mg/litro de plomo.
- 0.01 mg/litro de cadmio.

La detección de este límite está definido por la concentración de ácido acético al 4% (3.1.), del cual se obtiene un signo equitativo de ambos antecedentes ruidosos del instrumento.

5. Método.

5.1 Preparación de la muestra.

La muestra debe estar limpia y libre de grasa o cualquier otro material que pueda afectar a la prueba.

Esta debe lavarse con una solución que contenga detergente para lavar trastes a una temperatura aproximada de 40 grados centígrados. Primeramente se enjuaga directamente a un grifo de agua común y posteriormente con agua destilada o una equivalente a ésta. Se drena y seca hasta que no exista ninguna mancha. La superficie examinada no debe ser agarrada después que se haya limpiado.

5.2 Determinación del plomo y del cadmio.

La muestra se debe examinar bajo las condiciones presentadas en el anexo " A ".

Antes de tomar la solución con que se examina la determinación de plomo y/o cadmio de cada artículo, primeramente se debe homogeneizar el contenido de la muestra por medio de un método que evite pérdida de la solución o abrasión de la superficie que se va a examinar.

Se debe ser cuidadoso con el examen de vacío, en cuanto, al regente utilizado en cada una de las series para la determinación de las sustancias; también hay que observar bajo que condiciones de la espectrofotometría de absorción atómica se obtiene el plomo y el cadmio

Finalmente al futuro exportador, se le recomienda que los artículos de Talavera sean llevados a un laboratorio especializado; para que ahí le realicen las pruebas que confirmen que éstos tengan las cantidades mínimas permitidas, para que así puedan entrar a la Comunidad Europea.

2.4 FERIAS Y EXPOSICIONES COMERCIALES

Son los instrumentos más comunes de promoción para las exportaciones. Representan un foro en el que vendedores de distintos países ofrecen bienes y/o servicios a compradores internacionales. En los últimos años, las ferias y exposiciones han llegado a ser lugares de encuentro donde se concentran, en un grado particularmente elevado, vendedores y compradores del mundo entero. Más allá de su función estrictamente comercial, estos eventos también son fuente de información y un lugar propicio para establecer nuevos contactos y reunirse con clientes habituales.

Las ferias internacionales en las que participa México son principalmente de carácter especializado, en las que se promueve un sector o grupo de productos.

En las siguientes páginas se encontrará información con respecto a las ferias especializadas en que es conveniente la participación del exportador de Talavera en España, Italia, Francia y Alemania; posteriormente podrá observar en el anexo 1 de este mismo capítulo el formato que SECOFI tiene para el registro de las empresas de esta artesanía.

FERIAS Y EXPOSICIONES COMERCIALES

EVENTO	SEDE	FECHA	PRODUCTO A EXHIBIR	COMITÉ ORGANIZADOR	REPRESENTANTE	TELÉFONO
INTERGIFT	MADRID, ESPAÑA	16 - 20 ENERO	ART'S DE REGALO Y DECORACIÓN	BANCOMEXT	ANTONIETA RUEDA	2 - 27 90 00 EXT. 9624
INTERGIFT	MADRID, ESPAÑA	18 - 23 SEPTIEMBRE	ART'S DE REGALO Y DECORATIVOS	BANCOMEXT	ANTONIETA RUEDA	2 - 27 90 00 EXT. 9624
MAISON ET OBJET	PARIS NORD VILLEPINTE	SEPTIEMBRE	DECORACIÓN DEL HOGAR			
INTERNATIONAL CATERING EXHIBITION	PARIS - NORD VILLEPINTE FRANCIA	ENERO (Anual)	ART'S DOMESTICOS	22-24 RUE DO PRESIDENT WILSON 92532 LEVALLOIS- PERRET CÉDEX, FRANCE	PADCO GROUPE BLENHEIM	TEL. + 33.1.47565000 FAX. + 33.1.47569292
PAAS INTERNATIONAL	PARIS (PORTE DE VERSAILLES), FRANCIA	ENERO (Anual)	ART'S. DOMESTICOS	62 RUE D'HAUTEVILLE 75010 PARIS, FRANCE	SAFI	TEL. + 33.1.47709583 FAX. + 33.1.47701054
FLORENCE GIFT MART	FLORENZIA, ITALIA	FEBRERO - SEPTIEMBRE (Semestral)	ART'S. DECORATIVOS Y DOMESTICOS			
MACEF	MILAN, ITALIA	FEBRERO - SEPTIEMBRE (Semestral)	ART'S. DECORATIVOS Y DOMESTICOS			
EXPO REGALO	BARÍ, ITALIA	ABRIL	ART'S DE REGALO			
CHIBIMART	MILAN, ITALIA	ENERO - JUNIO (Semestral)	ART'S DE REGALO			

FUENTE: EXPOMEXICO 1998. Catálogo de Ferias y Exposiciones, SECOFI.
PROGRAMA NACIONAL DE EVENTOS INTERNACIONALES 1998. BANCOMEXT.

FERIAS Y EXPOSICIONES COMERCIALES

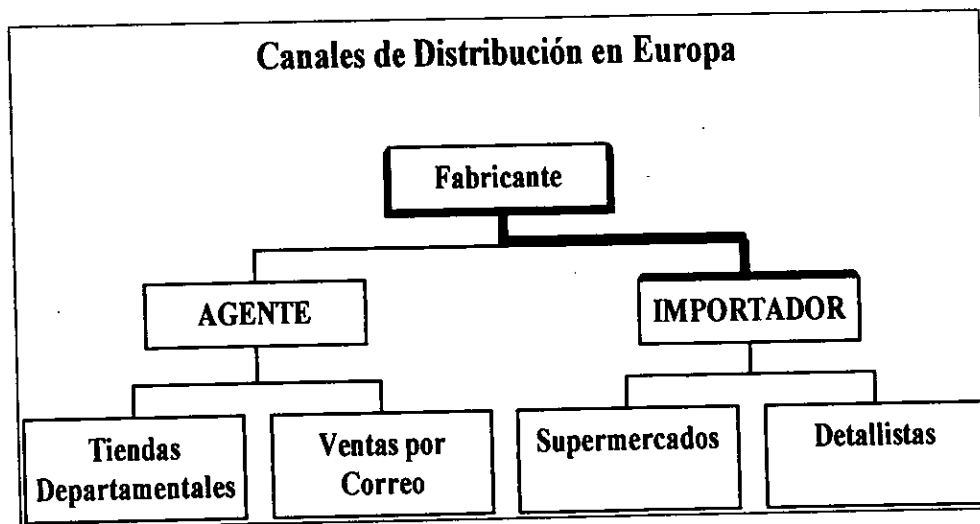
EVENTO	SEDE	FECHA	PRODUCTO A EXHIBIR	COMITE ORGANIZADOR	REPRESENTANTE	TELEFONO
MOSTRA MERCATO INTERNAZIONALE DELL'ARTIGIANATO	FLORENCIA, ITALIA	ABRIL Y MAYO				
ARTE E ARTIGIANATO	MILAN / NOVEGRO	NOVIEMBRE	ART'S. DE REGALO			
L'ARTIGIANATO IN FIERA PREMIER	MILAN, ITALIA FRANKFURT, ALEMANIA	DICIEMBRE (Anual) 31 ENERO - 4 FEBRERO	ART'S. DE REGALO Y DECORACIÓN	CANACINTRA CON APOYO DE BANCOMEXT	ANTONIETA RUEDA	2 - 27 90 00 EXT. 9624
AMBIENTE	FRANKFURT, ALEMANIA	14 - 18 FEBRERO	ART'S. DE REGALO Y DECORACIÓN	CANACINTRA CON APOYO DE BANCOMEXT	ANTONIETA RUEDA	2 - 27 90 00 EXT. 9624
TENDENCE	FRANKFURT, ALEMANIA	29 AGOSTO - 2 SEPTIEMBRE	ART'S. DE REGALO Y DECORACIÓN	CANACINTRA CON APOYO DE BANCOMEXT	ANTONIETA RUEDA	2 - 27 90 00 EXT. 9624

FUENTE: EXPOMEXICO 1998. Calendario de Ferias y Exposiciones, SECOFI.
PROGRAMA NACIONAL DE EVENTOS INTERNACIONALES 1998. BANCOMEXT.

2.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN, PRINCIPALES IMPORTADORES Y COMERCIALIZADORES

Es necesario delimitar la manera como se va a introducir la Talavera al mercado Europeo, por lo regular es un importador quien realiza el primer contacto con el exportador y es con él, con quien se desarrolla la relación con el Mercado Meta.

El siguiente esquema nos mostrará mejor la explicación.



Los productos de Importación, llegan generalmente al consumidor final en Europa a través de los importadores directos de Talavera, los cuales comercializan los productos, ya sea en sus propios negocios o por medio de la distribución de otras tiendas. La función del importador es consolidar y distribuir el producto, así como estar en constante comunicación con sus clientes para tomar pedidos adicionales.

Muchos de ellos están especializados en ciertas áreas de productos y tienen un profundo conocimiento del mercado, negociar con ellos resulta difícil ya que exigen grandes descuentos, cuando los pedidos son de gran volumen. Acostumbran contar con inventario de productos y son intermediarios entre el fabricante y el detallista.

El mayorista o importador aplica generalmente un 100% o un 200% de margen de utilidad a los productos que comercializa y en la mayoría de los casos, compran directamente a precios de fábrica del país de origen.

Los ciclos de compra importantes para la Talavera son el verano y el invierno. El verano por la cantidad de turistas que visitan Europa y en el invierno las ventas se incrementan por la Navidad.

Los pedidos se realizan generalmente seis meses antes de que el consumidor compre el producto, por eso es muy importante que el exportador cumpla con las fechas de entrega acordadas ya que cualquier violación puede resultar en la cancelación del pedido. A continuación se mencionarán los principales comercializadores de nuestro mercado meta.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN, PRINCIPALES IMPORTADORES Y COMERCIALIZADORES:

ESPAÑA:

• IMPORTADORES DE ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN

DAMASO ZAMORA
PADRON GUAJARA ALTA 61
E-LA LAGUNA, TENERIFE, C.I.
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: DAMASO ZAMORA
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

DESIGN 2000 S.L.
POL. IND. COBO-CALLEJA, C/VILL.62
E-28940 FUENLABRADA (MADRID)
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: RAJAN DASWANI
TELÉFONO: (0034) (1) 5018592
FAX: (0034) (1) 4335900
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

DISART. S.L.
C/P2ENASCALES, 7, 1B
E-28028 MADRID
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: LUIS A. GUTIERREZ TOCINO
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

ALCORDE S.L.
JUAN REJON, 67
E-35008 LAS PALMAS DE CANARIA
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: IVAN MEDINA VEGA
TELÉFONO: (0034) (28) 462300
FAX: (0034) (28) 466296
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

ALIToy, S.L.
C/JUAN BRAVO, 75
E-28006 MADRID, ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: MANUEL NAVARRO
TELÉFONO: (0034) (1) 4021800
FAX: (0034) (1) 4029999
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

GRUPO 50
BERNABE CANTOS 6
E-02003 ALBACETE
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: JOSE LUIS CASTELLANO
TELÉFONO: (0034) (67) 500113
FAX: (0034) (67) 500098
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN

IBERICA SE SERV. COM. EXT., S.A.
D.J. LOPEZ CEA., AV. MEDIT., 12-10C
E-28007, MADRID
ESPAÑA
FAX: (0034) (1) 5510559
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

INDUSTRIAS BETER, S.A.
VALENCIA, 197
E-08011 BARCELONA
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: RICARDO ROJO THM. VIDAURE
TELÉFONO: (0034) (3) 4533205
FAX: (0034) (3) 4511868
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

JANEMABE S.A.
CARDENAL PAYA 119
E-03006 BENEJAMA (ALICATE), ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: JAVIER FERRERO
TELÉFONO: (0034) 655820132
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

JUANA SANZ BERZAL
C/PORVENIR, 6
E-28028 MADRID, ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: JUANA SANZ BERZAL
TELÉFONO: (0034) (1) 6310956
FAX: (0034) (1) 5345019
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

LANVYE S.A.
MIGUEL MOTOS 2,3-1A
E-18003 GRANADA, ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: LUIS OSVALDO VARGAS MART
TELÉFONO: (0034) (58) 207087
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

LORCA IMPEX-NAYANA
CARRETERA DE CANOVAS 15
E-8520 LES FRANQ./VALLES, BARC.
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: JUAN BERTOS
TELÉFONO: (0034) (3) 8494983
FAX: (0034) (3) 8465894
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

MAGO'S
VALENTIN MASIP 21-6 B
33013 OVIEDO
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: ENRIQUE MARTINEZ PELAEZ
TELÉFONO: (0034) (85) 257968
FAX: (0034) (85) 224566
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

PALACIO ORIENTAL S.A.
APARTODA 1566
E-46080 VALENCIA
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: LAL B. SIRWANI
TELÉFONO: (0034) (6) 1341212
FAX: (0034) (6) 1340054
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

REINALSA, S.L.
C/ORENSE, 11-2 C
E-28020 MADRID
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: LEON ISRAEL
TELÉFONO: (0034) (1) 5560209
FAX: (0034) (1) 5560356
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

SIGMA IMPORTS, INC.
PO. DE RONDA 71, 11-10
E-18004 GRANADA
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: JOSE SALMERON SALINAS
TELÉFONO: (0034) (58) 259748
FAX: (0034) (58) 259748
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

TOP GIFTS, S.L.
PLAZA DEL V. VENTENARIO 2
E-47008 VALLADOLID
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: D. LORENZO
TELÉFONO: (0034) (83) 225594
FAX: (0034) (83) 225721
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

TRESEME S.A.
ALBERTO AGUILERA 22 BAJO
E-28015 MADRID
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: LORENZO MARTINEZ GIL
TELÉFONO: (0034) 15931900
FAX: (0034) 14467706
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

• IMPORTADORES DE VAJILLAS

GALLEGO VILAR S.A.
PGO. IND. VIRGEN SALUD, PARC. 69
E-462950 LA CHIRIVELLA, VALENCIA
ESPAÑA
TELÉFONO: (0034) (6) 3799300
FAX: (0034) (6) 3701962
IMPORTA: VAJILLAS

IND. DE CFE DEL NORTE S.A.
"CAFE FORTALEZA" AUTONOMIA, 67
E-48012 BILBAO
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: SILVIA PASTRANA
TELÉFONO: (0034) (4) 4275566
FAX: (0034) (4) 4275566
IMPORTA: VAJILLAS

PROMOMARKET, S.A.
APDO. DE CORREOS, 99
E-08201 DABADELL
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: JUAN-RAMON INGLADA
TELÉFONO: (0034) (3) 7251088
FAX: (0034) (3) 3018878
IMPORTA: VAJILLAS

EMPRESA NACIONAL DE ARTESANIAS S.A.
VELAZQUEZ, 140-2, E-28006 MADRID
ESPAÑA
TELÉFONO: (0034) (1) 4111362
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

CIAL ORDAL, S.A.
PLAZA ALFONSO EL MAGNANIMO, 12
E-46003 VALENCIA
ESPAÑA
TELÉFONO: (0034) (6) 3526853
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

3M ESPAÑA, S.A.
25, E-28080 MADRID
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: JOHN PUTZ
TELÉFONO: (0034) (1) 3216000
FAX: (0034) (1) 3216002
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

A.M.C. ESPAÑA S.A.
VALLES, S/N POL. IND. CASABLANCA
E-08192 SANT QUIRZE DEL VALLES
ESPAÑA
TELÉFONO: (0034) (3) 7107751
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

EUROP STAR GROUP I/E CO.S.L.
P.O. BOX 149
E-48960 GALDACANO- VIZCAYA
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: JOSE LUIS FERNANDEZ
TELÉFONO: (0034) (4) 4733188
FAX: (0034) (4) 4733288
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

KAIMAT-LUZMARI, S.A.
PJ. VIA TRAJANA B,8
E-08020 BARCELONA
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: ISIDRO GUITART
TELÉFONO: (0034) (3) 3130616
FAX: (0034) (3) 3721720
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

NORTON S.A.
APDO. DE CORREOS, 162
E-31195 BERRIOPLANO
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: JUAN CARLOS CALATAYUD
TELÉFONO: (0034) (48) 300000
FAX: (0034) (48) 301451
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

PEDRO MARRERO DOMINGUEZ D. RIO
APARTADO DE CORREOS 739
E-35080 LAS PALMAS D.G. CANARIA
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: PEDRO MARRERO DOMINGUEZ
TELÉFONO: (0034) 28248856
FAX: (0034) 28245953
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

SANTIAGO BARBER, S.A.
FRENTE ESTACION FERROCARRIL, SN
E-46692 MONTESA, VALENCIA
ESPAÑA
TELÉFONO: (0034) (6) 2299011
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

STEELCASE STRAFOR, S.A.
PLAZA DE CASTILLA, 3
E-28046 MADRID
ESPAÑA
TELÉFONO: (0034) (1) 3140727
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

TRES REYES, S.A.
AVDA. DEL TENES S/N
LILICA DE VALL (BARCELONA)
ESPAÑA
PERSONA A CONTACTAR: ANTONIO FRAGUAS
TELÉFONO: (0034) (3) 8436131
FAX: (0034) (3) 8436131
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

ITALIA:

• **IMPORTADORES DE ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN**

ALESSANDRO STEFANINI S.N.C.
VIA L. CHIESI 2/A
1-42100 REGGIO EMILIA
ITALIA
TELÉFONO: (0039) (522) 453923/4
FAX: (0039) (522) 453635
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

ALFREDO VIGANO & C.O., S.R.L.
PIAZZA OBERDAN, 3
1-20129 MILANO
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: GIOVANNA & PAOLO VIGANO
TELÉFONO: (0039) (2) 29514760
FAX: (0039) (2) 29400018
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

BELT S.R.L.
VIA QUINTO SELLA, 41
1-00187 ROMA
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: SR. LEMBO
TELÉFONO: (0039) (6) 463795
FAX: (0039) (6) 484446
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

BIG/SMALL ALESSANDRI A/C SNC.
VIA G, ROSSA
1-42044, GUALTIERU (RE)
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: PAOLO VEZZANI
TELÉFONO: (0039) (522) 825747
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

BITOSSI DIFFUSIONE S.P.A.
VIA PIETRAMARINA, 19/21, SOVIG
1-50059 VINCI
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: FRANCO MAGNANI
TELÉFONO: (0039) (571) 902131
FAX: (0039) (571) 501567
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

BOIRE

PIAZZA VITTORIO VENETO 12

1-10131 TORINO

ITALIA

PERSONA A CONTACTAR: ROSA TSIO

TELÉFONO: (0039) (11) 837813

FAX: (0039) (11) 183659

IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

CABRINI F. LLI S.A.S.

VIA CHIESA, 73

1-42041 BRESCELLO (RE)

ITALIA

TELÉFONO: (0039) (522) 680194

FAX: (0039) (522) 680296

IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

CASTELLO S.N.C.

VIA G. DA CASTELLO, 7

1-42100 REGGIO EMILIA

ITALIA

TELÉFONO: (0039) (522) 40277

IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

CENTROVENDITA MENOZZI S.R.L.

VIA KENNEDY, 9

1-42100 REGGIO EMILIA, ITALIA

TELÉFONO: (0039) (522) 70890

FAX: (0039) (522) 45666

IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

COIVER

STRADA MONGENO 29

I-TORINO, ITALIA

PERSONA A CONTACTAR: PIERO BISOGLIO

TELÉFONO: (0039) 11 898088

FAX: (0039) 11 897844

IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

COLOMBINI ENRICO

VIA CASTEL MARALDO 45

1-41100 MODENA, ITALIA

PERSONA A CONTACTAR: ENRICO COLOMBINI

TELÉFONO: (0039) (59) 226473

FAX: (0039) (59) 828151

IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

COMMERCIO PIUME DI BABINI SNC
VIA MAZZINI, 50
I-48026 RUSSI (RA)
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: LUIGI CARLO BABINI
TELÉFONO: (0039) 544580106
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

DI VEROLI S.R.L.
VIA BUONARROTI, 14-14A
I-00185 ROMA
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: STEFANO DI VEROLI
TELÉFONO: (0039) (6) 4873695
FAX: (0039) (6) 4873646
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

EL CID
VIA GIUSEPPE VERDI, 42
I-81100 CASERTA
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: PIETRO SANTAMARIA
TELÉFONO: (0039) (823) 329026
IMPORTA: REGALOS

GREEN LINE DI ETTORE COSENTINI
VIA PIETRO ARETINA 44-47
I-50040 SETIMEL. CALINZ
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: E. COSENTINI
TELÉFONO: (0039) (55) 882054
FAX: (0039) (55) 8825352
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

IAQUINTA
VIA MOTNOVA 44
I-00198 ROMA
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: RA PAOLA CIPRARI
TELÉFONO: (0039) (6) 85301219
FAX: (0039) (6) 8840179
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

L'UNICORNIO S.N.C.
VIA DI CAPO LE CASE 32
I-00187 ROMA
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: PAOLO MARIA BERNABE
TELÉFONO: (0039) (6) 6780358
FAX: (0039) (6) 6781452
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

LA BOUTIQUE DEL REGALO
VIALE ROMA 51
I-00043 CIAMPINO (RM)
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: JESSICA MAZZOLENA
TELÉFONO: (0039) (6) 7923465/7914314
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN

LA FENICE
VIALE I MAGGIO, 2B
I-06059 TODI (PG)
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: R.E. SHAW
TELÉFONO: (0039) 758944466
FAX: (0039) 758944470
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

LECIS INGROSSO ARGENTERIE ART.
VIA G. MARIANO 13
I-09133 CAGLIARI, ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: SIG. GAZZOTTI
TELÉFONO: (0039) 70400444/46789
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

MESCHI SRL
I-55018 SEGROMIGNO MONTE, ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: MANUEL MESCHI
TELÉFONO: (0039) 583920091
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN

MICROLINK
VIALE TIRRENO 207
I-00141 ROMA, ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: GIULIO CREDAZZI
TELÉFONO: (0039) (6) 88642132
FAX: (0039) (6) 88327431
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

NIZZI SPA
VIA F. GIOIA, 22
I-42100 REGGIO EMILIA
ITALIA
TELÉFONO: (0039) 522515359
FAX: (0039) 522515291
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

PAPAVERO SAS
VIA STAZIONE 159
I-39057 APPIANO-EPPAN
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: SIG. EGGER
TELÉFONO: (0039) (0471) 660335
FAX: (0039) (0471) 660773
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

PRINT ITALIA S.N.C.
VIA PALERMO 49 INT.1, I-00184 ROMA
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: PIER PAOLO GALIONE
TELÉFONO: (0039) 64752069
FAX: (0039) 6460621
IMPORTA: ARTÍCULOS DE RAGALO

S.A.T. INTERNACIONAL
VIALE GIULIO CESARE 6
I-00192 ROMA
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: SIMON CHARLESWORTH
TELÉFONO: (0039) (6) 3235695
FAX: (0039) (6) 3235695
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

SOCOVENA & MAPLA S.R.L.
VIA LAGO 9, I-28053 CASTELLOTTO TICINO NO
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: PAOLO SIRONI
TELÉFONO: (0039) (331) 920468
FAX: (0039) (331) 920630
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

TAGRIFT INTERNACIONAL S.A.S.

VIA FILIPPO TURATI 48-SC.A

I-00185 ROMA

ITALIA

PERSONA A CONTACTAR: TABIB A. SEED

TELÉFONO: (0039) 6735215

FAX: (0039) 67310364

IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

ZOT & RUMBLE S.N.C.

VIA GALLARATE 1, I-20010 CORNAREDO

ITALIA

PERSONA A CONTACTAR: FULVIO FRATTI

TELÉFONO: (0039) (2) 9363135

FAX: (0039) (2) 6125769

IMPORTA: ARTICUOLS DE REAGALO

• **IMPORTADORES DE VAJILLAS**

CARTOLIBR. ART. SA REG. PIOTTI

VIA MANZONI, 79

I-21040 VENEGONO (VA)

ITALIA

PERSONA A CONTACTAR: MR. PIOTTI

TELÉFONO: (0039) (331) 864009

IMPORTA: VAJILLAS

DITTA GIGLIOLA VITA

B. TELESIO 82-1

I-10146 TORINO

ITALIA

TELÉFONO: (0039) (11) 7716124

FAX: (0039) (11) 759897

IMPORTA: VAJILLAS

DOTT. ALESSANDRO ARCO

VIA MOROSINI, 39

I-10146 TORINO

ITALIA

PERSONA A CONTACTAR: DOTT. A. ARCO

TELÉFONO: (0039) 25460533

FAX: (0039) 25460533

IMPORTA: VAJILLAS

HERBARIUM SRL
VIALE NAVIGAZIONE INTERNA, 82
1-35027 PADOVA
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: CELSO FADELLI
TELÉFONO: (0039) 499790101
FAX: (0039) 499790133
IMPORTA: VAJILLAS

TIDAN S.R.L.
VIA MARCONI, 7
1-66026 ORTONA
ITALIA
TELÉFONO: (0039) (85) 9063062
IMPORTA: VAJILLAS

COLORIFICO GIAMPAOLO SRL
CTR. TAVERNA CORTILE
1-86057 RIPAÑIMOSANI (CB)
ITALIA
PERSONA A CONTACTAR: SERGIO GIAMPAOLO
TELÉFONO: (0039) (874) 483080
FAX: (0039) (874) 483190
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

CORRANDINI FERDINANDO
VIA TEREZIANI POLETTI, 3/A
1-42025 CAVRAIGO (RE)
ITALIA
TELÉFONO: (0039) 522575295
FAX: (0039) 522576940
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

FRANCIA:

• **IMPORTADORES DE ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN**

A.J.B. IMMOBILIER
LA FOUGERE
F-73160 VIMINES
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: MARC MOLLARD
TELÉFONO: (0033) 79625375
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

ANNE SAINT HILAIRE
72, RUE RENE BOULANGER
F-75010 PARÍS
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: JACQUES ROLLET
TELÉFONO: (0033) (1) 42082690
FAX: (0033) (1) 42394060
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

ATOUT CONSEIL
190, COURS CHARLEMAGNE
F-69002
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: DESBOTTES
TELÉFONO: (0033) 78377211
FAX: (0033) 72402889
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

BOLIETS
B.P. 38, F-67400 ILLKIRCH
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: LUC BADE
TELÉFONO: (0033) (1) 88673390
FAX: (0033) (1) 88673287
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

BIBAX CONCEPT
100 RUE DU MARAIS
F-59273 PERONNE EN MELANTOIS
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: PATRIC GUERMONPREZ
TELÉFONO: (0033) (20) 412904
IMPORTA: ARTÍCULOS DECORATIVOS

CAMIF
TREVINS DE CHAURAY
F-79045 NIOR CEDEX
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: CHAMPAGNE
TELÉFONO: (0033) 49345050
FAX: (0033) 49345777
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

COLLECTMTES SERVICES
95 AVENUE DE LA LIBERATION
F-59270 BAILLEUL
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: CHRISTINE DEHONGHER
TELÉFONO: (0033) (28) 490152
FAX: (0033) (28) 490251
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

CREATION DANIEL
B.P. 36
F-38360 SASSENAGE
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: DANIEL VAMPOUILLO
TELÉFONO: (0033) 76272066
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

DECOROP
20, RUE DES 2 COMMUNES
F-94490 ORMESSON
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: M. CAVE
TELÉFONO: (0033) 45766343
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

DOUILLET S.A.
ROUTE DE LYON, B.P. 29
F-69380 LOZANNE
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: PHILIPPE BROALY
TELÉFONO: (0033) 78437555
FAX: (0033) 78430530
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

DUPUIS CALLENS
LESAGE Z.I, RUE DU VERTUQUET
F-59960 NEUVILLE EN FERRAIN
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: DUPUIS CALLENS
TELÉFONO: (0033) 20115260
FAX: (0033) 20115261
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

DYNAMIC SARL
1 RUE DE L'ABBE COUSIN
F-59800 LILLEE
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: ANDRE TITEUX
TELÉFONO: (0033) 20042618
FAX: (0033) 20334433
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

ETS, CLERC-RENAUD
B.P. 416
F-73100 AIX-LES-BAINS
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: LAURENT CLERC-RENAUD
TELÉFONO: (0033) 79351988
FAX: (0033) 79614855
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

EXPORT PLUS INTERNATIONAL
55, RUE DE ECOLES
F-59780 WILLEMS
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: J.M. BROUTIN
TELÉFONO: (0033) 20844814
FAX: (0033) 2084398
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

FORMS
Z.I. LA HAI GRISELLE
F-94147 BOISSY ST. LEGER
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: JONGLEZ
TELÉFONO: (0033) 15692211
FAX: (0033) 45983428
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN

FUNDATION BRIGETTE BARDOT

45 RUE VINEUSE

F-75116 PARÍS

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: STEPHANE CHARPENTIER

TELÉFONO: (0033) (1) 45051460

FAX: (0033) (1) 45051480

IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

FUSION

154-156, BLVD. MONTPARNEASSE

F-75014 PARÍS

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: HAZAN

TELÉFONO: (0033) 48341272

IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

IMPORT DISTRIBUTION SA

139, RUE DES ARTS

F-59100 ROUBAIX

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: JEAN JACQUES ROUSSEL

IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

INFORMEL

Z.I. BOIX VERT

F-31130 PORTET-SUR-GARONNE

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: D. DONDAIN

TELÉFONO: (0033) 61721309

FAX: (0033) 61721663

IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN

J.D. BIGILLON CREATIONS

26 BD GAMBETTA

F-38000 GRENOBLE

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: J. BIGILLON

TELÉFONO: (0033) (76) 874533

FAX: (0033) (76) 874533

IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

KADORAMA
96 RUE, DU RUISSEAU
F-75018 PARÍS
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: GUY BONSIGNORE
TELÉFONO: (0033) 42230841
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

L. PONTOIZEAU
LE MOULIN DE CARGNON
F-85710 LA GARNACHE
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: L. PONTOIZEAU
TELÉFONO: (0033) 51684589
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

LA BOUTIQUE SUEDOISE
127, RUE DU CENTENAIRE
F-94210 LA VARENNE SAINT HILAI
FRANCIA
TELÉFONO: (0033) 1 43970605
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

M. DANIEL BARTHOLIN
58, CHEMIN DE MONTLOUIS
69130 ECULLY
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: M. DANIEL BARTHOLIN
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

M. ET. D. INTERNATIONAL SARL
1, RUE WERINHAR
F-67000 STRASBOURG
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: HOROWITZ
TELÉFONO: (0033) 88379410
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

M. LEBEL GIFT CENTRE
119, RUE DU TEMPLE
F-75003 PARÍS
FRANCIA
TELÉFONO: (0033) 1 42714268
FAX: (0033) 1 42713664
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

MALAKOFF AMEUBLEMENT

22 BIS, AV. J. FERRY

F-92240 MALAKOFF

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: MME. MOSCARDO

TELÉFONO: (0033) 46569318

IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

MAX DAUCHEZ

19, RUE DES ECOLES

F-17137 MARSILLY

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: MAX DAUCHEZ

IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN

MAXIAM S.A. (AMBIA)

15, AVE. DE LA RESISTANCE

F-93100 MONTREUIL

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: BERNARD PRUVOT

TELÉFONO: (0033) 1 48582525

FAX: (0033) 1 48595656

IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

MILDIS TECHNOLOGY CENTER

PARC D'ACTIVITE DE LA SIAGNE

F-06210 MADELIEU

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: NICHOLAS KOTCHIAN

TELÉFONO: (0033) 93480230

FAX: (0033) 93480230

IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

MODEC SARL "LE PETIT PALAIS"

2, BD, DE CIMIEZ

F-06000 NICE

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: LUCIEN-CHARLES JOUVEAU

TELÉFONO: (0033) 93853568

FAX: (0033) 93734692

IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

MONSIEUR SERGE CONRAD
24, RUE VICTOR BASCH
F-94360 BRY SUR MARNE
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: M. SERGE CONRAD
TELÉFONO: (0033) 1 49830530
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

MR. CHOMET
8, RUE DENAIN
F-03100 MONTLUCON
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: MR. CHOMET
TELÉFONO: (0033) 70283424
FAX: (0033) 70281734
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

MURIEL ET PATRICK HOSTE
10 RUE DE LA VESLE
F-51500 SILLERY
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: MURIEL HOSTE, PATRICK HO
TELÉFONO: (0033) 1 26404612
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN

OLLIVER DISPATCH
II BIS, RUE GENERAL DE GAULLE
F-59253 LA GORGUE
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: FABRICE OLLIVIER
TELÉFONO: (0033) 28408077
FAX: (0033) 28488213
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

PEGASE SA
RUE DE L'AVENIR
F-59126 LINSELLES
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: MR. JOUFFROY
TELÉFONO: (0033) 20371593
FAX: (0033) 20370397
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

PIA ABILDGAARD
6, ALLEE MILLET
F-87410 LE PALAIS
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: PIA ABILDGAARD
TELÉFONO: (0033) 55355337
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

R.B.S. INTERNATIONAL
23, BOULEVARD DE L'ORANGERIE
F-67000 STRASBOURG
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: BLUM
TELÉFONO: (0033) 88356352
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

SEDAO
39, RUE DES GRANDS CHAMPS, F-75020 PARÍS
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: JACQUES MANDY
TELÉFONO: (0033) 43480808
IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

SEMASKA IMPORT
5, PLACE SAINT-LOUIS
F-38200 VIENNE
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: CHRISTOPHE SEMASKA
TELÉFONO: (0033) 74850150
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

SOLUTIONS SERVICES TECHESPACE
NO.3. RUE TOUSSAINT-CTROS
F-33160 LE HAILLAN
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: N. VIGNE REPRO
TELÉFONO: (0033) 56343255
FAX: (0033) 56349524
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

SUPER 36
F-36180 PELLEVOISIN
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: JEAN-PAUL ELIARD
TELÉFONO: (0033) 54390221
IMPORTA: ARTÍCULOS DE REGALO

TRADING POST

B.P. 15

F-22570 GOUAREC

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: JAYNE LE BIGOT/G. LE BIG

TELÉFONO: (0033) 96249882

FAX: (0033) 96248612

IMPORTA: ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

• **IMPORTADORES DE VAJILLAS:**

ALANN MARK'S

140 BOULEVARD VICTOR HUGO

F-92110 CLICHY

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: ALAIN VIDAL

TELÉFONO: (0033) (1) 47300888

FAX: (0033) (1) 47303926

IMPORTA: VAJILLAS

CASTORAMA S.A.

ZONE INDUSTRIELLE

F-59175 TEMPLEMARS

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: JEAN-CHARLES CAVROIS

TELÉFONO: (0033) 20877575

FAX: (0033) 20951917

IMPORTA: VAJILLAS

CLAYRTON'S

41,2 RUE SAINT-ANTOINE, B.P. 543

F-59060 ROUBAIX CEDEX 1

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: JOSSE LEPOUTRE

TELÉFONO: (0033) 20730541

IMPORTA: VAJILLAS

COMPTOIR MENAG. DU SUD(EST) SARL

13, RUE GEORGES DOUBLET

F-06100 NICE

FRANCIA

TELÉFONO: (0033) 93849927

IMPORTA: VAJILLAS

D.C.A. SERVICES S.A.
18, BOULEVARD JEANNE D'ARC
F-86000 POITIERS
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: SOPHIE FILLON-FOURNEL
TELÉFONO: (0033) 49602727
FAX: (0033) 49602736
IMPORTA: VAJILLAS

DECOR CREAM
ROUTE DE BOIRAGUES
F-34976 LATTES
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: ROBERT CHAMBERT
TELÉFONO: (0033) 67655660
IMPORTA: VAJILLAS

DEXAM INTERNATIONAL S.A.R.L.
A&6, RUE DE LA GARE
F-60580 COYE LA FORET X
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: H. D'OCAGNE
TELÉFONO: (0033) 44586460
FAX: (0033) 44586815
IMPORTA: VAJILLAS

EPICERIE ST. GEORGE S.A.R.L.
429 RUE BURGAUD DESMARETS
F-17100 SAINTES
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: ANDREW BAKER
TELÉFONO: (0033) (46) 744494
FAX: (0033) (46) 921649
IMPORTA: VAJILLAS

MASCULIN COMPOSE
2, 2RUE GRENETTE, F- 59002 LYON
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: MICHELE DE CASTRO
TELÉFONO: (0033) 78374759
FAX: (0033) 78377246
IMPORTA: VAJILLAS

MESNIER-JEANNEAU SAE
LA FOLIE, F-86361 MIGNE AUXANCES, FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: MR. MOREAU
TELÉFONO: (0033) 49527007
FAX: (0033) 49529110
IMPORTA: VAJILLAS

PALLADIAM S.A.
58, RUE DU 10 AVRIL
F-31500 TOULOUSE
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: AUVINET JEAN
TELÉFONO: (0033) 61481718
FAX: (0033) 61481588
IMPORTA: VAJILLAS

QUINTEN (ET H) S.A.
B.P. 161, 196, ROUTE DE GRENOBLE
F-69800 SAINT PRIEST, FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: JEAN JACQUES FAUVERGUE
TELÉFONO: (0033) 78903688
FAX: (0033) 78908037
IMPORTA: VAJILLAS

S.O.C.O.R.
51, RUE DE PRESLES
F-93531 AUBERVILLIERS, FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: JEAN-PIERRE ROUX
TELÉFONO: (0033) 1 48340808
IMPORTA: VAJILLAS

C.A.M.P.H.E.S. S.A.
RUE DANIEL FRANGER
F-62870 CAMPAGNE-LES-HESDIN, FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: JEAN CLAUDE SCHUELL
TELÉFONO: (0033) 21062920
FAX: (0033) 21062931
IMPORTA: HOSEWARES

CACELEC
3, PLACE D. FONTAINE GUEFFIER
F-92220 BAGNEAUX
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: BENOIT LE CHEVALIER
TELÉFONO: (0033) (1) 46647500
FAX: (0033) (1) 46643720
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

CHIMITEX S.A.
Z.I. SECTEUR D
F-06700 SAINT-LAURENT DU VAR
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: PEIRRE KUHN
TELÉFONO: (0033) 93316970
FAX: (0033) 93314410
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

COMPTOIR DE LA RABINETTERIE
Z.I. LES CASERNES
F-55400 ETAIN X
FRANCIA
TELÉFONO: (0033) 29872021
FAX: (0033) 29871543
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

JEAN PIERRE SAMMARCELLI
9, RUE RICHARD WAGNER
F-91450 SOISY-SUR-SEINE
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: JEAN PIERRE SAMMARCELLI
TELÉFONO: (0033) 1 60754729
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

LES GRANDES ALPES
B.P. 1
F-73120 COURCHEVEL
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: GERARD TREVES
TELÉFONO: (0033) 79083806
FAX: (0033) 79083807
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

MARC GRIZEL
IMPASSE DES PELOUSES
F-76160 ST MARTIN DU VIVIER
FRANCIA
PERSONA A CONTACTAR: MARC GRIZEL
TELÉFONO: (0033) 35597842
FAX: (0033) 35597842
IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

NMC FRANCIA S.A.

7/11, RUE DU CONDITIONNEMENT

F-59613 FOURMIES CEDEX

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: DIDIER LETZGUS

TELÉFONO: (0033) 27600561

IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

PRAT S.A.

15, RUE LEONARD DE VINCI

F-69515 VAULX EN VELIN CEDEX X

FRANCIA

PERSONA A CONTACTAR: REGIS PRAT

TELÉFONO: (0033) 78809804

FAX: (0033) 72046989

IMPORTA: UTENSILIOS DOMÉSTICOS

2.6 SEGUROS

Los bienes asegurables, en el caso de los productos de Talavera a exportar, pueden protegerse en sus envíos por cualquier medio de transporte y/o de puerta a puerta; así como su almacenamiento en el trayecto, en origen o en su destino final, debe especificarse claramente que tipo de riesgos se está cubriendo.

El seguro consta de los siguientes elementos:

1. Póliza.- Es un contrato en el que se hace legal el traspaso del riesgo(s) y finalmente queda formalizado cuando se han cubierto todos los trámites entre el asegurado y la aseguradora. A su vez el empresario de Talavera puede escoger entre dos tipos de pólizas:

- a) Específica : Es para un cargamento de un sólo viaje y se liquida al recibir el documento.
- b) Abierta : Esta no tiene límites de embarques y de productos a transportar; ya que esta vigente en todo momento de acuerdo al periodo convenido entre el asegurado y la aseguradora. Puede ser de un año.

2. Primas.- Es el costo en dinero que tiene que liquidar para proteger las mercancías; el monto de la prima lo determina la compañía de seguros de acuerdo a los riesgos a cubrir, acondicionamiento de la carga, medios de transporte, lugar de destino, periodo de la cobertura y naturaleza del producto principalmente.

3.- Riesgo.- Es cualquier eventualidad que cuando ocurre trae consigo una pérdida económica, esto se clasifica en dos tipos:

- a) Ordinarios de tránsito : Son los que resultan al producirse un accidente en los medios de conducción.
- b) De avería particular : Se originan por defectos de manejo, estiba o daño por causas externas a las propias mercancías.

4. Coberturas.- Es la protección de las mercancías contra riesgos a que están expuestas:

- a) Cobertura de riesgos básicos u ordinarios de tránsito:
 - * En el transporte marítimo.
 - * En el transporte terrestre, aéreo o combinado.
- b) Cobertura de avería particular:
 - * Robo parcial o total.
 - * Mojadura.
 - * Rotura.
 - * Contacto con otras cargas.

c) Cobertura paquete o todo riesgo:

- * Solo cubre los daños de avería particular en paquete completo.

d) Cobertura por convenio expreso:

- * Huelga.
- * Guerra.
- * Alborotos populares.

5.- Suma asegurada.- Es igual al valor de las mercancías.

En caso de siniestro se debe enviar un escrito de reclamación dentro del plazo establecido en la póliza (generalmente 60 días después del aviso de pérdida) adjuntado los siguientes documentos:

- Copia certificada de la protesta del capitán del buque (vía marítima).
- Certificado de daños.
- Factura y documentos probatorios de gastos incurridos con motivo del transporte (maniobras, etc.).
- Copia del conocimiento de embarque.
- Copia de la reclamación de los porteadores.

Cuando un embarque de Talavera tenga señales de avería antes de darse por recibido se debe:

- Hacerse por escrito al porteador o transportista.
- Solicitar la inspección de los bienes y la certificación de daños al comisario de averías de la compañía, agente local de Lloyds, notario público, autoridad judicial, postal o política local, en ese orden y según sea el lugar de los hechos dar aviso a la empresa aseguradora.

Estos actos se deben efectuar en un plazo de cuatro días hábiles después de la terminación del viaje o en el momento en que se tenga conocimiento del siniestro, siempre y cuando la transportación no llegue a su destino.

Dentro del plazo señalado en la póliza, la aseguradora cubrirá el monto de la indemnización, pudiendo ser por pago en dinero, reposición o restauración del bien o bienes dañados. La compañía aseguradora descontará el deducible de la suma asegurada.

La suma máxima de responsabilidad debe ser el total del valor factura adicionando el costo de fletes, derecho o impuestos de importación y demás gastos propios de la transacción comercial internacional. En algunos casos las empresas aseguradoras aceptan, previa negociación, un aumento hasta del 20% del valor de la mercancía por concepto de "ganancia".

Las coberturas usuales en la exportación se dan con respecto a :

- Daños Físicos o Pérdidas.
- Responsabilidad Civil en el Extranjero.
- Sobre Riesgos Comerciales.

DAÑOS FÍSICOS O PÉRDIDAS.

Se refiere a cualquier deterioro o perjuicio que disminuya el valor de la mercancía y que represente un problema para la comercialización de la misma. El costo de tal seguro deberá ser considerado al determinar el precio de exportación siempre y cuando sea cubierto por el exportador.

RESPONSABILIDAD CIVIL.

Es aquel que cubre los daños y perjuicios que el uso del producto comercializado pueda ocasionar a terceros. El costo de este seguro debe incorporarse al precio de exportación o negociarlo con el cliente. En el caso de los productos de exportación, la cobertura se extiende hacia los países en los que el proveedor concrete sus exportaciones y se sujeta a la legislación aplicable en la nación destinataria.

SOBRE RIESGOS COMERCIALES.

En México este seguro cubre únicamente riesgos de carácter comercial originados por la incapacidad financiera del importador para cubrir sus deudas; es decir insolvencia.

El seguro cubre diferentes tipos de insolvencia :

- I. Legal.- Se da cuando existe una declaración judicial de quiebra, suspensión de pago o algún acto jurídico similar que impida el cobro del crédito asegurado.
- II. De Hecho.- Se presenta cuando el deudor se encuentra en una situación económica tal, que el ejercicio de una acción jurídica en su contra resultaría inútil recuperar el crédito.
- III. Mora prolongada.- Sucede cuando transcurren seis meses desde el vencimiento de crédito y éste no se ha podido cobrar a pesar de las gestiones efectuadas. De no configurarse antes alguno de los dos tipos de insolvencia citados (legal o de hecho), seis meses es el plazo máximo que puede transcurrir para que el seguro se haga exigible. Este seguro se tramita de manera independiente a los otros tipos de seguros ante la Compañía Mexicana de Seguros de Crédito (COMASEC).

Durante la transportación de la Talavera hasta algún mercado meta (España, Italia, Francia y/o Alemania), existen riesgos con respecto a pérdida o daño de la mercancía por lo que es recomendable que se considere la contratación de un seguro que absorba la responsabilidad. Como ya se mencionó el costo de tal servicio deberá ser considerado al determinar el precio de exportación, en caso de que corra por cuenta del exportador.

2.7 TRANSPORTE

El transporte permite que el consumidor tenga oportunamente el producto en el estante y a buen precio.

Existen diferentes tipos de transporte:

- Marítimo.
- Aéreo.
- Encomienda postal.

	MARÍTIMO	AÉREO	ENCOMIENDA POSTAL
COSTOS	Bajo, por la utilización de contenedores de 20 a 40 pies.	Altos, porque depende del peso con recargos por volumen.	Medio, pero la cantidad a enviar se ve limitada.
DOCUMENTACIÓN	Lenta y compleja, conocimiento de embarque.	Media, (carta de porte aéreo).	Muy simple
PAGO	Antes del transporte	Después del transporte	Antes del transporte
RECOLECCIÓN EN PUERTO	Difícil	Más fácil	Entrega a la puerta
LOGÍSTICA EN PUERTO DE SALIDA Y PUERTO DE LLEGADA	Difícil	Fácil	Muy Fácil
COSTOS ADICIONALES DE EMBALAJE	Altos	Bajos	Bajos
DURACIÓN DEL TRANSPORTE	Larga	Corta	Media
PRECIOS ESPECIALES		En algunos casos las líneas áreas nacionales ofrecen precios preferenciales para mercadería	
LIMITACIÓN DE VOLUMEN	Baja	Media	Alta con respecto a tamaño y precio.

FUENTE: OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS, PARA LA INDUSTRIA DE ARTICULOS DE REGALO.

TRANSPORTE MARÍTIMO

El transporte marítimo tiene gran capacidad de carga y gran adaptabilidad para trasladar toda clase de productos, volúmenes y valores.

El bajo costo comparado con los otros medios de transporte común, particularmente para grandes volúmenes y grandes distancias, hace de este medio el más idóneo para un alto porcentaje de los productos que se comercializan internacionalmente.

El embarcador puede encontrar diferentes tipos de servicios en el tráfico de altura:

Servicios irregulares y servicios regulares.

El empresario que desea exportar Talavera deberá elegir el servicio regular, ya que en éste:

- Se operan rutas fijas preestablecidas.
- Se tienen establecidos itinerarios con fechas de llegada y de salida.
- Ofrece espacio disponible para pequeños embarques.
- Puede transportar carga heterogénea y homogénea.
- Dispone de buques que se ajustan a diferentes necesidades.

El transporte marítimo ofrece varios tipos de navegación y servicios que pueden ser adaptados a las necesidades y al volumen de carga del exportador.

Así se identifican dos tipos de tráfico:

- De altura : Es interoceánico.
- De cabotaje: : Va de un litoral a otro a través del Canal de Panamá.

El empresario de Talavera que desea exportar a Europa deberá inclinarse por el servicio de tráfico de altura, que a su vez se subdivide en:

- * Servicios Irregulares.- Con las siguientes características: buques trampa, sin itinerario, buques completos, bolsas de fletes, flete por tiempo, flete por viaje, etc.
- * Servicios Regulares.- Con las siguientes características: rutas fijas, itinerarios fijos, carga fraccionaria, conferencias marítimas y líneas independientes, etc.

Los Servicios Regulares a su vez se subdividen en: conferencias marítimas y líneas independientes u outsiders.

- * En el Sistema de conferencia encontramos algunas ventajas como que los miembros compiten en servicio, brinda seguridad de espacio en buques y los fletes son fijos; en tanto que las desventajas son: fletes altos por el monopolio, sin estímulo para mejorar servicios y la fijación de fletes en forma unilateral.

- * Los Servicios de Línea u outsiders presentan otras ventajas como, que ofrece competencia, es necesario que se formalice previamente la operación de compra-venta para poder determinar el incoterm, dependiendo de las condiciones que se tengan surge la forma de contratar los servicios navieros para el comprador o vendedor; mientras que las desventajas identificadas son: aceptar términos en los cuales la otra parte hace la contratación de servicios de buques, sin considerar que esto representa perjuicios para él y una fuga de divisas bastante importante para el país.

CONTRATACIÓN DEL SERVICIO MARÍTIMO.

A continuación se describen los pasos que a de seguir el exportador de Talavera para la contratación del servicio marítimo :

1. El usuario debe determinar la línea que presta el servicio en la ruta deseada, que en este caso son :
 - a) Norte de Europa - Estados Unidos - México. Se presta servicio entre Bélgica, Holanda, Alemania, Inglaterra, Estados Unidos y México, con buques de propósito múltiple.
 - b) Mediterráneo - Estados Unidos - México. Es un servicio entre los puertos de Italia, Francia, España, Estados Unidos con los puertos mexicanos del Golfo mediante buques de propósito múltiple.
2. Posteriormente, el usuario solicitará información respecto a los itinerarios de los buques, tarifas de fletes para el producto que se va a embarcar y condiciones que regirán el transporte.
3. Localizar y contratar los servicios de un agente marítimo que lo represente. Las funciones que realizará el agente son :
 - a) Atender el buque o buques designados.
 - b) Ayudar al despacho de la embarcación, una vez concluidas las operaciones de carga y descarga de la misma.
 - c) Asistir al capitán y demás personal de las embarcaciones que le son enviadas.
 - d) Obtener cargas para los buques que le son enviados.
 - e) Cuidar los servicios que se prestan al armador, así como a terceros.
 - f) Recibir las mercancías, de acuerdo con la documentación respectiva.
 - g) Otorgar por orden y cuenta del armador y/o el capitán del buque todos los conocimientos de embarque a los cargadores, así como las pólizas de fletamento que correspondan.
 - h) Cobrar los fletes obtenidos por el armador, tanto en las cargas de entrada, como de salida.
 - i) Pagar los gastos que haga por cuenta del armador en la atención de los buques que éste le envía.
 - j) Atender las reclamaciones que reciba y resolverlas, de acuerdo con las instrucciones que sobre el particular le de el armador.
 - k) Representar legalmente al armador en el país.
 - l) Elaborar la documentación sobre carga y pasajeros que se hayan obtenido en los puertos nacionales, haciendo en caso necesario y con la diligencia apropiada, las correcciones que se requieran para que el armador no sufra multas u otros recargos en los puertos que posteriormente visite su embarcación por faltantes o sobrantes en las declaraciones correspondientes.

- m) Informar de todos los impuestos, derechos, recargos y multas que sufran las embarcaciones del armador representado, señalando los renglones y causas que los provocan.
4. Posteriormente deberá reservar espacio en el buque para su mercancía; el agente le indicará cuándo y dónde deberá entregarla. Los datos que debe proporcionar el usuario son normalmente los siguientes: clase del producto, peso bruto y neto, volumen por bulto y total, valor, tipo de empaque y embalaje, número de bultos, puertos de origen y de destino, nombre del embarcador y de sus agentes así como del consignatario, y las instrucciones especiales para el manejo o estiba de sus productos, entre otros.
5. Una vez que las mercancías están a bordo del buque, se expide el conocimiento de embarque, verificando los datos y realizando un recuento que permite comprobar que las mercancías fueron efectivamente subidas y recibidas en el buque.

CONOCIMIENTO DE EMBARQUE.

Es un documento probatorio de la carga de mercancías en el buque, considerado también como contrato de transporte, recibo de mercancías y título de mercancías.

Generalmente contiene los siguientes datos :

- * Nombre del embarcador,
- * Nombre del consignatario,
- * Puerto de carga,
- * Puerto de descarga,
- * Nombre y matrícula del buque,
- * Cantidad, peso, medidas y marcas de la mercancía,
- * Valor del flete,
- * Estado y/o condición aparente de las mercancías,
- * Fecha,
- * Número de copias negociables.

El exportador de Talavera deberá considerar como buena opción de carga general a la transportación marítima, que se maneja usualmente en buques de línea regular y puede presentarse para su traslado como :

- * Carga Fraccionada : Es la mercancía que por su tipo de embalaje se maneja individualmente.
Pueden ser sacos, cajas, bultos, guacales y otros.
- * Carga Unitarizada : Es aquella que en pequeñas cargas, uniformes o heterogéneas, se unen para formar una unidad, pudiendo presentarse a través de tarimas (pallet), en contenedores, a fin de facilitar y darle mayor rapidez a su manejo.

FLETE.

El empresario en Talavera que desea exportar deberá considerar lo siguiente al fijar un flete :

- a) Naturaleza del producto.
- b) Tonelaje a transportar.
- c) Disponibilidad de carga.
- d) Posibilidad de robo.
- e) Posibilidad de daño.
- f) Valor de la mercancía.
- g) Tipo de embalaje.
- h) Estiba.
- i) Relación peso-medida.
- j) Peso excesivo.
- k) Largo excesivo.
- l) Competencia de productos de otras fuentes de abastecimiento.
- m) Cargas por vías alternativas.
- n) Competencia de otros transportistas.
- o) Costos directos de operación.
- p) Distancia entre puertos.
- q) Costos de manipulación de la carga.
- r) Uso de chalanes.
- s) Necesidades de entrega o servicios especiales.
- t) Cargos fijos en determinadas etapas del transporte.
- u) Seguros.
- v) Instalaciones portuarias.
- w) Reglamentaciones portuarias.
- x) Cobros y derechos de puertos.
- y) Derechos de canales.
- z) Localización de los puertos.
- aa) Posibilidad de contar con carga de regreso.

Es necesario también que quede firmemente establecido si el flete se va a cobrar en base a peso, es decir por tonelada; por volumen, o sea por metro cúbico, o bien *ad valorem*, lo cual depende básicamente de las características del producto, ya que hay algunos que son muy voluminosos y de poco peso y otros que no ocupan mucho espacio, pero tienen peso considerable.

Será indispensable que se consideren también los recargos, que son establecidos por decisión de las conferencias y las líneas marítimas independientes de servicio regular y, por lo general obedecen a situaciones específicas que provocan que suban los costos de operación de las líneas navieras. Entre los principales motivos por los que se aplican recargos están:

- * Congestionamiento portuario.
- * Ajustes cambiarios.
- * Precios de combustible.
- * Inseguridad en los puertos.
- * Diferencial portuario.
- * Peso excesivo y largo excesivo.
- * Recargos gubernamentales.
- * Riesgos de guerra.

Existen otros elementos que los usuarios deben tener en cuenta en el momento de reservar espacios de bodega y solicitar el flete correspondiente, tales como medidas, peso, tipo de empaque; si la mercancía es peligrosa o bien si requiere de estiba especial, ya que la omisión de alguna característica se traduce en gastos adicionales cuando son embarcadas.

TRANSPORTE AÉREO

Muchas empresas florecientes de importación o exportación dependen del transporte aéreo por su principal ventaja: rapidez o velocidad del desplazamiento. Sin embargo, no se debe omitir el ahorro en empaque y embalaje; los costos de almacenaje, ya que en muchos casos los grandes inventarios en puntos básicos de distribución ya no son necesarios; las primas de seguros son más bajas, derivado de la baja incidencia de robos, riesgos de transporte, tiempo de tránsito y manejo.

Todos los fletes se calcularán sobre el peso bruto de la mercancía o su equivalente en volumen del empaque (factor peso/volumen) considerando el que resulte más alto.

Existen diferentes Tarifas :

- a) Tarifas mínimas (carga mínimo).
- b) Tarifas de carga general.
- c) Tarifas específicas de comodidad.
- d) Tarifa promocional.
- e) Tarifas para contenedores.

TARIFA MÍNIMA.

En la transportación de cualquier embarque por pequeño que sea, existe una serie de costos ineludibles. Las líneas aéreas para solventar este costo, han establecido el concepto tarifario de carga mínimo. Cuando la tarifa en peso o volumen es menor que el cargo mínimo, este último debe ser aplicado y tener prioridad sobre cualquier cargo menor que resulte del total de la tarifa aplicable por el peso del embarque.

Por ejemplo: Un embarque de 13 kg. con una tarifa de 1.00 USD en la ruta México - Houston.

1. Se multiplica el peso del embarque por la tarifa . $13 \times 1.00 = 13.00$
2. Se compara con el cargo mínimo que es de 26.00 USD.

Por lo que en este caso se aplicará el cargo mínimo, ya que es la cantidad superior.

TARIFA DE CARGA GENERAL.

Esta tarifa se aplica a cualquier tipo de mercancía que no sea de naturaleza perecedera. También se conoce como tarifa general de comodidad (*General Commodity Rate*, o GCR). Las tarifas generales de carga se publican en varios rangos de peso :

- 45 kg.
- + 45 kg.
- + 100 kg.
- + 300 kg.
- + 500 kg.

La tarifa más alta es la del rango de menos de 45 kg. y entre mayor cantidad de kilos, menor es la tarifa, por lo que es conveniente el envío de mayores volúmenes para la obtención de tarifas más bajas.

TARIFA PROMOCIONAL.

Este tipo de tarifas son autorizadas por los gobiernos de acuerdo a los convenios bilaterales, en los cuales se estipula la posibilidad de poder emitir ese tipo de tarifas con el objeto de promover un determinado artículo en el mercado de uno de los países en cuestión. Estas cuotas pueden ser más reducidas que las anteriores. El embarcador que desee obtener este tipo de tarifa en México, deberá solicitarla directamente ante la S.C.T. La petición deberá contener los siguientes elementos : tipo de producto, ruta, peso mínimo por embarque, programa de exportación y cuota solicitada.

TARIFA PARA CONTENEDORES.

Debido al crecimiento del transporte de carga por vía aérea, se han utilizado equipos especiales para el manejo de los envíos. Pensando en una mejor utilización del espacio de los aviones, se crearon unidades de determinado tamaño para el envío, los cuales se ajustan de acuerdo a la forma interior del avión.

El uso de contenedores implica un mejor aprovechamiento de espacio, una mayor rapidez de la carga y descarga de los aviones, menor posibilidad que las mercancías sufran daños, reducción por pérdidas o robos y ampliación de tarifas traducidas para el manejo de carga.

DETERMINACIÓN DEL PESO COBRABLE.

Para determinar la tarifa cobrable hay que determinar el peso sobre el cual se basará el nivel tarifario correspondiente.

Existen dos sistemas para determinar el peso cobrable:

I. Peso.

II. Volumen.

I. Cobrándose en cualquier caso la cantidad que sea mayor, esto es:

El sistema de peso se aplica a embarques como maquinaria pesada, oro, metal y se precisa mediante la utilización de la báscula.

II. El sistema de volumen se aplica cuando existen embarques ligeros pero voluminosos, se deberá determinar el peso mediante la multiplicación de las medidas máximas de largo, ancho y alto, del embarque o bulto, dividiendo el resultado entre el factor de 6,000 cm³ factor que se aplica para la obtención de los kilogramos.

Ejemplo: Si un bulto pesa 3 kg. y sus dimensiones son:

Largo (L)	=	75 cm
Ancho (A)	=	45 cm
Alto (H)	=	35 cm
Factor	=	6000 cm ³

$$\text{Peso Calculado} = \frac{\text{Volumen}}{\text{Factor}} = \frac{(\text{Largo})(\text{Ancho})(\text{Alto})}{\text{Factor}}$$

$$\text{Peso Calculado} = \frac{(75)(45)(35)}{6000}$$

Peso Calculado	=	19.68 kg. (sube a 20 kg.)
Peso Bruto	=	3.00 kg.

Una vez determinado el peso por el volumen, se compara éste por el peso real, y la cantidad que resulte mayor será la base para cobrar la tarifa correspondiente en este caso será en base a los 20 kg.

Es importante señalar que para las fracciones de kilogramo, se aumenta al siguiente kilo.

CARGOS ADICIONALES.

Los cargos por transporte se calcularán multiplicando la tarifa aplicable por kilo o libra por el peso a cargar.

DOCUMENTOS.

a) Carta de instrucciones.

Es el documento que elabora el exportador al agente de carga y su función reviste gran importancia, ya que en él se desglosan detalladamente todos los aspectos relativos al movimiento específico del embarque.

El exportador debe tener cuidado al llenarla y no omitir ninguno de los datos que en ese documento se requieren, ya que un error puede ocasionar grandes problemas.

El documento contiene todos los detalles necesarios para la emisión del conocimiento aéreo y autoriza al transportista para firmar el conocimiento aéreo en nombre del expedidor. (No existe un formato uniforme).

b) Lista de empaque.

Es un documento de suma importancia, ya que funciona como elemento de control, verificación y prueba para el exportador en el trámite de expedición de su mercancía.

Este documento, en la mayoría de los casos, lo exige el agente aduanal que llevará a cabo el despacho aduanal de las mercancías, resultándole de mucha ayuda también de su control.

c) La guía aérea.

Es el documento de embarque que se usa en el transporte internacional de mercancías; contiene las instrucciones de embarque para la línea aérea, la ruta que se va a seguir, la descripción de mercancías, los cargos de transportación aplicables, así como los demás cargos originados por el embarque, e indica si la liquidación se hará en el origen o en el destino conveniente del usuario.

La guía aérea también tiene otras funciones importantes y entre ellas podemos destacar que sirve como documento para el pago de los cargos involucrados ya sea por el remitente o por el consignatario; además, es la base de los ajustes de los pagos entre las líneas aéreas participantes en el transporte de un embarque, también sirve como documento de control para la línea aérea, ya que al estar enumerada en forma progresiva, con sólo hacer mención del número correspondiente se puede saber el estado que guarda el embarque de transferencia. La guía aérea representa la prueba de la existencia de un contrato de transporte y al mismo tiempo indica que las mercancías descritas se han recibido en buenas condiciones por la línea aérea o su agente de carga y el embarcador.

También sirve como guía de expedición que ampara, al embarque desde el origen hasta su destino y puede servir como declaración de aduana al facilitar los datos necesarios para el ingreso de la mercancía en el país de destino. En México, la información que proporciona la guía aérea es indispensable para la elaboración del pedimento de importación o de exportación ya que es el documento base para los trámites de aduana.

Por otra parte, la guía aérea también sirve como póliza de seguro, ya que al solicitarse el seguro por parte del remitente y al anotarse en la guía aérea el monto asegurado y la prima correspondiente, ésta se convierte en una póliza de seguros ordinarios; esto es posible debido a los convenios establecidos entre las líneas aéreas y las compañías de seguros, de tal manera que los embarques pueden asegurarse mediante una póliza abierta.

d)Factura comercial.

Es el documento que ampara y legaliza la propiedad de las mercancías descritas en la misma.

e)Agente aduanal.

Es la persona física autorizada por la SHCP, mediante una patente, para promover por cuenta ajena el despacho por las mercancías en los diferentes regímenes aduaneros previstos en la Ley.

COMPARACIÓN GENERAL ENTRE LOS DIFERENTES MODOS DE TRANSPORTES INTERNACIONALES DE CARGA

FACTORES	MODOS			
	CARRETERO	FERROCARRILEROS	AÉREO	MARÍTIMO
Flexibilidad	A	C	B	D
Accesibilidad (Cob. Merc)	A	C	B	D
Rapidez	C	B	A	D
Seguridad	A	B	C	D
Capacidad	C	B	D	A
Tipos de carga	C	B		A
Continuidad de operaciones	C	B	D	A
Costo embalaje	B	C	A	D
Documentación	C	D	A	B
Competitividad	C	B	D	A

Nota: El orden de prioridad es de "A" hasta "D" (A>B>C>D)
FUENTE: MEDIOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

TRANSPORTE MULTIMODAL

Por “transporte multimodal internacional” se entiende el porte de mercancías por dos modos diferentes de transporte por lo menos, en virtud de un lugar situado en un país en el que el operador de transporte multimodal toma las mercancías bajo su custodia hasta otro lugar designado para su entrega en un país diferente.

DOCUMENTACIÓN

El documento del transporte multimodal puede ser, a la elección del expedidor, negociable o no negociable; cuando se trate del primero se expedirá a la orden del portador, si se extiende a la orden podrá ser transferida por endoso, si se emiten varios originales se especificará el número de los mismos y si se emiten copias se mencionarán gráficamente como no negociables. La entrega de la mercancías se efectuara contra la presentación del documento de transporte multimodal. Asimismo, cuando este documento no es negociable, se mencionará el nombre del consignatario.

Los datos que deberá contener el documento de transporte multimodal son los siguientes:

- Naturaleza, marcas, carácter peligroso, número de bultos o piezas y estado y peso de las mercancías.
- Nombre y dirección principal del operador, nombre del expedidor y en su caso el consignatario.
- Lugar y fechas en que las mercancías son tomadas por el operador, el lugar y el plazo de entrega (si ha sido convenido) de las mercancías al consignatario.
- Indicación si el documento es negociable o no negociable, su fecha de emisión y la firma del operador de transporte o de la persona autorizada.
- El flete, según los términos que establezcan las partes.
- El itinerario, modos de transporte y puntos de transbordo (si han sido conocidos cuando se emita el documento).
- Declaración de que el transporte multimodal se regirá por este convenio anulándose toda disposición contraria que perjudique al expedidor o consignatario.

Tanto el operador como el expedidor serán responsables por omisión o falsas declaraciones que se hagan de manera internacional en cuanto a las mercancías a transportar.

RESPONSABILIDAD DEL EXPORTADOR DE TRANSPORTE MULTIMODAL

En esta parte se establece el período de responsabilidad que se inicia a partir de que toma las mercancías bajo su custodia, ya sea el expedidor directamente, persona autorizada por alguna autoridad implicada, hasta el momento en que las haya entregado al consignatario, persona autorizada por él mismo o alguna autoridad implicada.

RESPONSABILIDAD DEL EXPEDIDOR.

El expedidor, sus agentes o empleados serán responsables de los actos que ocasionen perjuicios al operador. Se menciona el caso específico del transporte, así como la declaración al operador.

RECLAMACIONES Y ACCIONES.

Un día después de la entrega de la mercancía por parte del operador, el consignatario deberá examinarlas y si encuentra algún indicio de daño o pérdida, deberá notificarlo ese mismo día a más tardar al operador; de lo contrario podrá presumirse que estuvo conforme con el operador a la entrega de la mercancía. Cuando el daño o pérdida no puedan ser localizados a simple vista, el plazo para notificar será de seis días a partir del momento en que dichas mercancías hayan sido puestas en poder del consignatario.

El operador a su vez tiene, 90 días para notificar de alguna reclamación al expedidor a partir de la fecha en que haya sufrido el daño o a partir de la fecha en que hizo entrega de la mercancía al consignatario.

El plazo para entablar un juicio o procedimiento arbitral en el caso de algún reclamo será de dos años; este plazo no será válido si no se realiza la notificación por escrito dentro de los primeros seis meses a partir de la entrega de las mercancías. La notificación por escrito contendrá los detalles principales de la reclamación y su naturaleza.

EJEMPLO

Para que el exportador de Talavera se de una idea de cual sería el costo de transporte marítimo a la C. E. específicamente a los mercados de España, Italia, Francia y Alemania, se presenta a continuación una cotización realizada por la Compañía Transiteria Mexicana S.A. de C. V., COTRAMEX, al 09 de junio de 1998.

Transporte	:	MARÍTIMO
El puerto de partida u origen será	:	VERACRUZ
Los puertos destinos	:	BARCELONA o VALENCIA en España. LA SPEZIA en Italia. Le HAVRE en Francia. BREMENHAVEN en Alemania.
FLETE	:	US 1,350.00 x 20' US 1,600.00 X 40' (No incluye THC en origen ni destino)
SALIDAS	:	Semanales
TIEMPO DE TRAVESÍA	:	21 días en promedio

Adicionalmente se ofrecen los servicios de Transporte TERRESTRE Cd. de México - Veracruz, cuyo FLETE es de \$ 5,000.00 más IVA, por contenedor.

Se ofrece también el DESPACHO DE ADUANAS, mismo que implica un costo de \$ 1,500.00 más IVA, todo incluido, por contenedor. Cabe mencionar que este costo sería el "tope", ya que si resulta menor en función del costo de la mercancía, se aplicaría el más bajo.

La empresa COTRAMEX, ofrece un servicio MULTIMODAL de Transporte y su ubicación es la siguiente :

WORLD TRADE CENTER, Ciudad de México
 Montecito no. 38, Piso 18, Oficina no. 17
 Col. Nápoles
 México, D.F.
 E-mail : contramex@wtomexico.com.mx
 Tel. : 015 - 4860585 / 86 / 87
 Fax. : 015 - 4860993

TÉRMINOLOGÍA DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

La Cámara Internacional de Comercio (CIC) recopiló y publicó las reglas internacionales para la interpretación de los términos conocidos como incoterms, con el fin de evitar controversias con respecto a la interpretación de los mismos, lo que puede ocasionar malentendidos, pleitos y litigios que a su vez se traducen en tiempo y dinero obstaculizando el comercio internacional.

Los incoterms persiguen el objetivo de establecer un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo, que permita acordar los derechos y obligaciones tanto del vendedor como del comprador en las transacciones comerciales internacionales, por lo que se pueden utilizar en contratos de compra venta con el extranjero.

Con los incoterms, las empresas obtienen certidumbre en la interpretación de los términos negociados entre comprador y vendedor, ya que se aplican reglas internacionales uniformes.

En el momento en que el exportador de Talavera elabore un contrato internacional, deberá indicar que el incoterm que se aplique corresponda a la versión de 1990 que es última en su expedición. Lo cual obedece a dos necesidades del entorno actual de los negocios internacionales:

- Es necesario adecuar los términos convenidos (incoterms) al creciente uso del intercambio electrónico de datos (EDI). En la actualidad, es posible enviar por esta vía los documentos para el desaduanamiento y la certificación de entrega de las mercancías (por ejemplo, facturas, certificados, carta-porte, poderes, documentación de transporte, etc.).

- Una excepción para el uso de EDI lo constituye el conocimiento de embarque negociable del tráfico marítimo, el cual permite vender las mercancías mientras están en tránsito. En este caso, para transferir la propiedad es indispensable contar con los documentos originales en full set (juego completo de ejemplares).
- Se presentan nuevas necesidades por los cambios en las técnicas de transporte, principalmente por el uso de contenedores, el transporte multimodal y el de semirremolques en ferrocarril y de vagones en ferrocarril por medio marítimo a cortas distancias. En los incoterms de 1990, el término FCA (transporte libre a lugar convenido) se ha adoptado para que pueda aplicarse a toda clase de transporte y sus combinaciones.

La versión de 1990 también tiene una presentación que facilita su lectura y comprensión agrupando los términos en cuatro categorías :

1 Categoría E : EXW.

Único término en que la mercancía se pone a disposición del comprador en el domicilio del vendedor.

2 Categoría F : FCA, FAS y FOB.

Términos en los que al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte escogido por el comprador.

3 Categoría C : CFR, CIF, CPT y CIP.

Términos según los cuales el vendedor a de contratar el transporte, pero sin asumir el riesgo de pérdida o daño de la mercancía, o los costos adicionales debido a hechos acaecidos después de su envío y despacho.

4 Categoría D : DAF, DES, DEQ, DDU y DDP.

Todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país de destino corren a cuenta del vendedor.

EXPLICACIÓN.

- EXW : Ex Work (en fábrica). La obligación del exportador termina al dejar la mercancía dentro de su establecimiento, yace en su almacén, fábrica u oficina.
- FCA : Free Carrier (transporte libre de porte). La obligación del exportador termina al dejar la mercancía a bordo del medio de transporte (punto de embarque) quedando los gastos posteriores a cargo del importador hasta el punto de destino.
- FAS : Free Alongside Ship (libre junto al barco). La obligación del exportador termina al dejar la mercancía a un costado del buque (puerto de embarque)

quedando a cargo del importador los gastos posteriores hasta el punto de destino.

- FOB** : Free on Board (libre a bordo). La obligación del exportador termina al dejar la mercancía a bordo del buque (puerto de embarque), quedando a cargo del importador los gastos posteriores hasta el punto de destino.
- CFR** : Cost and Freight (costo y flete). La obligación del exportador termina al dejar la mercancía a bordo del buque (puerto de embarque) con el flete pagado hasta el puerto de destino.
- CIF** : Cost, Insurance and Freight (Costo, seguro y flete). La obligación del exportador termina al dejar la mercancía a bordo del buque (puerto de embarque) con la póliza de seguro y el flete pagados hasta el puerto de destino.
- CPT** : Carriage Paid To (flete pagado a ...). La obligación del exportador termina al dejar la mercancía a bordo del medio de transporte en el punto de destino con el flete pagado.
- CIP** : Carriage and Insurance Paid to (flete y seguro pagado a...). La obligación del exportador termina al dejar la mercancía a bordo del medio de transporte en el punto de destino con flete y póliza de seguro pagados.
- DAF** : Delivered at Frontier (entregado en frontera). La obligación del exportador termina al dejar la mercancía en la frontera acordada con flete y póliza de seguro pagados.
- DES** : Delivered Ex-ship (entregado fuera del barco).La obligación del exportador termina al dejar la mercancía a bordo del buque (puerto de destino) con flete y póliza de seguro pagados.
- DEQ** : Delivered Ex Quay (duty paid), (entregados en muelle - derechos pagados). La obligación del exportador termina al dejar la mercancía sobre el muelle del puerto de destino con el flete y la póliza de seguros pagados.
- DDU** : Delivered Duty Unpaid (entregado sin impuestos pagados). La obligación del exportador termina al dejar la mercancía a un costado de la aduana en el punto de destino con flete y póliza pagados. No incluyendo los aranceles de importación.
- DDP** : Delivered Duty Paid (entregado con impuestos pagados). La obligación del exportador termina al dejar la mercancía en el punto de destino con flete, póliza de seguro y aranceles de importación pagados.



**MODULO DE ORIENTACION AL
EXPORTADOR
CONTRATO DE COMPRA VENTA
INTERNACIONAL**



CONTRATO DE COMPRAVENTA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE LA EMPRESA
_____ REPRESENTADA POR
_____ A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE
DESIGNARA COMO "LA VENDEDORA" Y POR LA OTRA, LA EMPRESA
_____ REPRESENTADA POR _____ a
QUIEN EN ADELANTE SE LE DENOMINARA "LA COMPRADORA", DE ACUERDO CON LAS
SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS:

DECLARACIONES

DECLARA LA VENDEDORA:

I. QUE ES UNA SOCIEDAD ANONIMA LEGALMENTE CONSTITUIDA DE CONFORMIDAD A LA ESCRITURA PUBLICA N° _____ PASADA ANTE LA FE DEL NOTARIO PUBLICO N° _____ LICENCIADO _____ DE LA CIUDAD DE _____.

II. QUE DE ACUERDO A SU OBJETO SOCIAL SE DEDICA ENTRE OTRAS ACTIVIDADES A (LA FABRICACION Y/O COMERCIALIZACION NACIONAL E INTERNACIONAL) DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS:

III. QUE CUENTA CON EL PERSONAL ADECUADO PARA REALIZAR LAS ACTIVIDADES A QUE SE REFIERE LA DECLARACION QUE ANTECEDE.

IV. QUE EL SR. _____ EN SU LEGITIMO REPRESENTANTE Y CONSECUENTEMENTE SE ENCUENTRA DEBIDAMENTE FACULTADO PARA SUSCRIBIR EL PRESENTE INSTRUMENTO.

DECLARA LA COMPRADORA:

V. QUE ES UNA EMPRESA CONSTITUIDA DE ACUERDO A LAS LEYES VIGENTES EN _____ Y QUE SE DEDICA, ENTRE OTRAS ACTIVIDADES, A LA IMPORTACION DEL PRODUCTO A QUE SE REFIERE LA DECLARACION II DE ESTE CONTRATO.

DECLARAN "AMBAS PARTES":

VII QUE TIENEN INTERES EN REALIZAR LAS OPERACIONES COMERCIALES A QUE SE REFIERE EL PRESENTE CONTRATO, DE CONFORMIDAD A LAS ANTERIORES DECLARACIONES Y AL TENOR DE LAS SIGUIENTES:

CLAUSULAS

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO. "LA VENDEDORA" SE OBLIGA A ENAJENAR Y LA "COMPRADORA" A ADQUIRIR: (ESPECIFICAR CANTIDAD Y CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO)



**MODULO DE ORIENTACION AL
EXPORTADOR
CONTRATO DE COMPRA VENTA
INTERNACIONAL**



SEGUNDA.- PRECIO. EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS OBJETO DE ESTE INSTRUMENTO QUE "LA COMPRADORA" SE COMPROMETE A PAGAR SERA LA CANTIDAD DE (PRECISAR NUMERO Y LETRA). (PRECISAR "TIPO DE COTIZACION INCOTERMS 90 INDICANDO PUNTO DE ENTREGA DEL PRODUCTO, LUGAR DE ORIGEN Y DESTINO).

(OPCIONAL) "LA VENDEDORA" Y "LA COMPRADORA" SE OBLIGAN A RENEGOCIAR EL PRECIO CONVENIDO, CUANDO ESTE SEA AFECTADO POR VARIACIONES EN EL MERCADO INTERNACIONAL O POR CONDICIONES ECONOMICAS, POLITICAS O SOCIALES EXTREMAS EN EL PAIS DE ORIGEN O EN EL DESTINO, EN PERJUICIO DE CUALQUIERA DE LAS PARTES.

TERCERA.- FORMA DE ENVIO. "LA VENDEDORA" SE OBLIGA A ENVIAR LAS MERCANCIAS OBJETO DE ESTE CONTRATO AL LUGAR SEÑALADO EN LA CLAUSULA ANTERIOR CUMPLIENDO LAS SIGUIENTES ESPECIFICACIONES (ESPECIFICAR TIPO DE EMPAQUE Y EMBALAJE).

IGUALMENTE "LA VENDEDORA" SE OBLIGA A ENVIAR LOS DOCUMENTOS REQUERIDOS POR "LA COMPRADORA" EN LOS TERMINOS DEL PRESENTE INSTRUMENTO.

CUARTA.- FORMA DE PAGO. "LA COMPRADORA" SE OBLIGA A PAGAR A "LA VENDEDORA" EL PRECIO PACTADO EN LA CLAUSULA SEGUNDA MEDIANTE CARTA DE CREDITO PAGADERA A LA VISTA CONFIRMADA E IRREVOCABLE, CON VIGENCIA DE _____ MESES, EN EL BANCO _____ DE LA CIUDAD DE _____ CONTRA LA PRESENTACION DE LA FACTURA, DOCUMENTO DE EMBARQUE Y CERTIFICADO DE CALIDAD QUE AMPAREN LA REMISION DE LA MERCANCIA.

QUINTA.- ENTREGA DE LA MERCANCIA. "LA VENDEDORA" SE OBLIGA A ENTREGAR Y LA COMPRADORA A RECIBIR LA MERCANCIA OBJETO DEL PRESENTE CONTRATO DEL DIA _____ DEL MES DE _____ DE 19____, EN LA FORMA Y TERMINOS ESTABLECIDOS EN LA CLAUSULA SEGUNDA.

SEXTA.- EMPAQUE, EMBALAJE Y GASTOS DE VERIFICACION. "LA VENDEDORA" SE OBLIGA A SUFRAGAR LOS GASTOS DE EMBALAJE Y OPERACIONES DE VERIFICACION COMO CONTROL DE CALIDAD, DE MEDIDA, PESO, RECUENTO QUE SE REALICEN PARA QUE EL COMPRADOR PUEDA HACERSE CARGO DE LA MERCANCIA.

(OPCIONAL) "LA COMPRADORA" SE OBLIGA A SUFRAGAR LOS GASTOS DE EMBALAJE Y OPERACIONES DE VERIFICACION COMO CONTROL DE CALIDAD, DE MEDIDA, PESO, RECUENTO QUE SE REALICEN PARA QUE EL COMPRADOR PUEDA HACERSE CARGO DE LA MERCANCIA.

SEPTIMA.- RIESGOS Y GASTOS DE ENTREGA. "LA VENDEDORA" ASUMIRA POR SU CUENTA LOS RIESGOS Y SUFRAGARA TODOS LOS GASTOS DE MERCANCIAS HASTA



**MODULO DE ORIENTACION AL
EXPORTADOR
CONTRATO DE COMPRA VENTA
INTERNACIONAL**



QUE ESTAS SE ENCUENTREN A DISPOSICION "DEL COMPRADOR" EN EL LUGAR Y FECHA SEÑALADOS EN LA CLAUSULA SEGUNDA Y QUINTA DE ESTE CONTRATO, SIEMPRE QUE DICHA MERCANCIA ESTE DEBIDAMENTE ESPECIFICADA.

POR SU PARTE, "LA COMPRADORA" SE OBLIGA A SUFRAGAR TODOS LOS GASTOS Y ASUMIR TODOS LOS RIESGOS A PARTIR DEL MOMENTO ESPECIFICADO EN EL PARRAFO ANTERIOR, INCLUYENDO LOS ADICIONALES QUE SE OCASIONEN SI LA ENTREGA NO SE EFECTUA POR SU CAUSA, UNA VEZ QUE LAS MERCANCIAS ESTEN A SU DISPOSICION.

OCTAVA.- DOCUMENTOS VARIOS. "LA VENDEDORA" SE OBLIGA, SI ASI SE LO SOLICITA "LA COMPRADORA" Y POR CUENTA Y RIESGO DE ESTA ULTIMA, A PRESENTAR LA AYUDA NECESARIA PARA OBTENER LOS DOCUMENTOS EXPEDIDOS EN EL PAIS DE ENTREGA Y/O DE ORIGEN Y LOS QUE NECESITE PARA EXPORTAR Y/O IMPORTAR LAS MERCANCIAS, INCLUSIVE LOS REQUERIDOS PARA SU TRANSITO EN TERCEROS PAISES.

NOVENA.- CERTIFICACION DE CALIDAD DE PRODUCTOS. A FIN DE CERTIFICAR LA CALIDAD DEL PRODUCTO A QUE SE REFIERE ESTE CONTRATO, "LA VENDEDORA" ACEPTA QUE "LA COMPRADORA" DESIGNE UN REPRESENTANTE QUE INSPECCIONE Y REVISE EL PRODUCTO.

EL REPRESENTANTE DE "LA COMPRADORA" EN CADA EMBARQUE DEL PRODUCTO LEVANTARA UN ACTA EN LA QUE SE HARA CONSTAR LA CALIDAD OBSERVADA EN LA MERCANCIA POR EL MISMO, DOCUMENTO, QUE PONDRÁ A DISPOSICION DE "LA VENDEDORA" SI ESTA LO ESTIMA CONVENIENTE LO FIRMARA DE CONFORMIDAD. EL ACTA LEVANTADA POR EL REPRESENTANTE DE "LA COMPRADORA", Y FIRMADO POR "LA VENDEDORA" SERVIRA DE CERTIFICADO DE CALIDAD DEL PRODUCTO.

EL SUPERVISOR DE "LA COMPRADORA" A QUE SE REFIERE ESTA CLAUSULA SERA DESIGNADO CON 30 DIAS DE ANTICIPACION A LA FECHA DE ENTRAR EN FUNCIONES, PREVIA NOTIFICACION QUE AL EFECTO SE FORMULE A "LA VENDEDORA".

(OPCIONAL) "LA VENDEDORA" SE OBLIGA A PROPORCIONAR A "LA COMPRADORA" UN CERTIFICADO DE CALIDAD SOBRE EL PRODUCTO EXPEDIDO POR (LABORATORIO O INSTITUCION DE VERIFICACION), EL CUAL RECONOCEN Y ACEPTAN AMBAS PARTES.

DECIMA.- CERTIFICADO DE ORIGEN "LA VENDEDORA" SE OBLIGA, A SOLICITUD DE "LA COMPRADORA", A OBTENER ANTE LAS AUTORIDADES COMPETENTES DE LA REPUBLICA MEXICANA, UN CERTIFICADO DE ORIGEN DE LA MERCANCIA OBJETO DEL PRESENTE CONTRATO.

DECIMA PRIMERA.- PATENTES Y MARCAS. "LA VENDEDORA" DECLARA Y "LA COMPRADORA" RECONOCE QUE LOS PRODUCTOS OBJETO DE ESTE CONTRATO Y A QUE SE REFIERE LA DECLARACION II' DEL PRESENTE INSTRUMENTO, SE ENCUENTRAN DEBIDAMENTE REGISTRADOS AL AMPARO DE LAS MARCAS NUMEROS



**MODULO DE ORIENTACION AL
EXPORTADOR
CONTRATO DE COMPRA VENTA
INTERNACIONAL**



Sistema Nacional
de Orientación
al Consumidor

ANTE EL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD
INDUSTRIAL DE MEXICO.

"LA COMPRADORA" SE OBLIGA POR ESTE INSTRUMENTO A PRESTAR TODA LA AYUDA QUE SEA NECESARIA A "LA VENDEDORA" A COSTO Y RIESGO DE ESTA ULTIMA, PARA QUE LAS PATENTES Y MARCAS A QUE SE REFIERE LA PRESENTE CLAUSULA SEAN DEBIDAMENTE REGISTRADAS ANTE LA OFICINA DE PATENTES Y MARCAS CORRESPONDIENTES.

ASIMISMO, "LA COMPRADORA" SE COMPROMETE A NOTIFICAR A "LA VENDEDORA" TAN PRONTO TENGA NOTICIA, DE CUALQUIER VIOLACION O USO INDEBIDO A DICHAS PATENTES Y MARCAS DURANTE LA VIGENCIA DEL PRESENTE CONTRATO, A FIN DE QUE "LA VENDEDORA" PUEDA EJERCER LOS DERECHOS QUE LEGALMENTE LE CORRESPONDAN.

DECIMA SEGUNDA.- IMPUESTOS. "LA COMPRADORA" Y "LA VENDEDORA" SE OBLIGAN A PAGAR TODOS LOS DERECHOS ARANCELARIOS E IMPUESTOS QUE A CADA UNA DE ELLAS LE CORRESPONDAN Y QUE SE CAUSEN CON EL MOTIVO DE LAS OPERACIONES DERIVADAS DEL TIPO DE COTIZACION ELEGIDO ENTRE LAS PARTES, Y QUE SE HA HECHO REFERENCIA EN LA CLAUSULA SEGUNDA DEL PRESENTE CONTRATO.

DECIMA TERCERA.- VIGENCIA DEL CONTRATO. AMBAS PARTES CONVIENEN EN QUE UNA VEZ QUE "LA VENDEDORA" HAYA ENTREGADO LA TOTALIDAD DE LA CANTIDAD DE LA MERCANCIA ESTABLECIDA EN LA CLAUSULA PRIMERA, Y "LA COMPRADORA" HAYA CUMPLIDO PLENAMENTE CON TODAS Y CADA UNA DE LAS OBLIGACIONES ESTIPULADAS EN EL PRESENTE INSTRUMENTO, OPERARA AUTOMATICAMENTE LA TERMINACION DE SU VIGENCIA.

DECIMA CUARTA.- RESCISION POR INCUMPLIMIENTO. AMBAS PARTES PODRAN RESCINDIR ESTE CONTRATO EN EL CASO DE QUE UNA DE ELLAS INCUMPLA SUS OBLIGACIONES Y SE ABSTENGA DE TOMAR MEDIDAS NECESARIAS PARA REPARAR DICHOS INCUMPLIMIENTOS DENTRO DE LOS 15 DIAS SIGUIENTES AL AVISO, NOTIFICACION, REQUERIMIENTO O SOLICITUD QUE LA CONTRAPARTE LE HAGA EN EL SENTIDO DE QUE PROCEDA A REPARAR EL MENCIONADO INCUMPLIMIENTO.

LA PARTE QUE EJERCITE SU DERECHO A LA PRECISION DEBERA DAR AVISO A LA OTRA, CUMPLIDO QUE SEA EL TERMINO AL QUE SE REFIERE EL PARRAFO ANTERIOR.

DECIMA QUINTA.- INSOLVENCIA. "LA VENDEDORA" PODRA DAR POR RESCINDIDO ESTE CONTRATO EN CASO DE QUE "LA COMPRADORA" FUERE DECLARADA EN QUIEBRA, SUSPENSION DE PAGOS, CONCURSO DE ACREEDORES O CUALQUIER TIPO DE INSOLVENCIA.

DECIMA SEXTA.- SUBSISTENCIA DE LAS OBLIGACIONES. RESICION O TERMINACION DE ESTE CONTRATO NO AFECTARA DE MANERA ALGUNA A LA VALIDEZ Y EXIGIBILIDAD DE LAS OBLIGACIONES CONTRAIDAS CON ANTERIORIDAD, O DE AQUELLAS YA FORMADAS QUE POR SU NATURALEZA O DISPOSICION DE LA LEY, O



**MODULO DE ORIENTACION AL
EXPORTADOR
CONTRATO DE COMPRA VENTA
INTERNACIONAL**



Sistema Nacional
de Orientación
al Exportador

POR VOLUNTAD DE LAS PARTES, DEBAN DIFERIRSE A FECHA POSTERIOR, EN CONSECUENCIA LAS PARTES PODRAN EXIGIR AUN CON POSTERIORIDAD A LA RESCISION O TERMINACION DEL CONTRATO EL CUMPLIMIENTO DE ESTAS OBLIGACIONES.

DECIMA SEPTIMA.- CESION DE DERECHOS Y OBLIGACIONES. NINGUNA DE LAS PARTES PODRA CEDER O TRANSFERIR TOTAL O PARCIALMENTE LOS DERECHOS NI LAS OBLIGACIONES DERIVADOS DE ESTE CONTRATO.

DECIMA OCTAVA.- LIMITE DE LA RESPONSABILIDAD CONTRACTUAL. AMBAS PARTES ACEPTAN QUE NO SERA IMPUTABLE A NINGUNA DE ELLAS LA RESPONSABILIDAD DERIVADA DE CASO FORTUITO O DE FUERZA MAYOR Y CONVIENEN EN SUSPENDER LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES ESTABLECIDOS EN ESTE CONTRATO, LOS CUALES PODRAN REANUDAR DE COMUN ACUERDO EN EL MOMENTO EN QUE DESAPAREZCA EL MOTIVO DE LA SUSPENSION, SIMPRE Y CUANDO SE TRATE DE LOS CASOS PREVISTOS EN ESTA CLAUSULA.

DECIMA NOVENA.- LEGISLACION APLICABLE. EN TODO LO CONVENIDO Y EN LO QUE NO SE ENCUENTRE EXPRESAMENTE PREVISTO ESTE CONTRATO SE RIGE POR LAS LEYES VIGENTES EN LA REPUBLICA MEXICANA, Y EN SU DEFECTO POR LOS USOS Y PRACTICAS COMERCIALES RECONOCIDOS POR ESTOS.

VIGESIMA.- ARBITRAJE PARA LA INTERPRETACION, EJECUCION Y CUMPLIMIENTO DE LAS CLAUSULAS DE ESTE CONTRATO Y PARA LA SOLUCION DE CUALQUIER CONTROVERSA QUE SE DERIVE DEL MISMO, LAS PARTES CONVIENEN EXPRESAMENTE EN SOMETERSE A LA CONCILIACION Y ARBITRAJE DE LA COMISION PARA LA PROTECCION DEL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO (COMPROMEX) CUYA SECRETARIA EJECUTIVA SE UBICA EN EL BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S. N. C., CON DOMICILIO EN LA CIUDAD DE MEXICO, DISTRITO FEDERAL.

VIGESIMA PRIMERA.- AVISOS Y NOTIFICACIONES. LAS PARTES SEÑALAN COMO DOMICILIO PARA OIR Y RECIBIR TODA CLASE DE AVISOS Y NOTIFICACIONES LOS SIGUIENTES.

"LA COMPRADORA".

"LA VENDEDORA".



**MODULO DE ORIENTACION AL
EXPORTADOR
CONTRATO DE COMPRA VENTA
INTERNACIONAL**



Sistema Nacional
 de Orientación
 al Exportador

LAS PARTES QUE INTERVIENEN EN EL PRESENTE CONTRATO SE RECONOCEN LA PERSONALIDAD CON QUE COMPARECEN SUS RESPECTIVOS REPRESENTANTES, INDEPENDIEMENTE DE LO CUAL SE OBLIGAN A ENTREGARSE LOS DOCUMENTOS NOTARIALES EN QUE APAREZCAN LOS PODERES Y FACULTADES CON APOYO DE LOS CUALES OTORGAN ESTE INSTRUMENTO.

SE FIRMA ESTE CONTRATO EN LA CIUDAD DE _____ A LOS _____ DIAS
DEL MES DE _____ DE MIL NOVECIENTOS _____.

"LA VENDEDORA"

"LA COMPRADORA"

2.8 REGULACIONES ARANCELARIAS

Las exportaciones mexicanas pueden gozar de la eliminación o reducción de aranceles en los mercados de la Comunidad Europea gracias al Sistema de Preferencias Generalizado (SPG) que estos países otorgan a las naciones en desarrollo.

Para el exportador mexicano es importante conocer las últimas revisiones realizadas por las autoridades de la Comunidad Europea al esquema de preferencias de aplicación para los productos mexicanos, vigentes desde el 1° de enero de 1995 por un periodo de cuatro años, es decir, hasta el 31 de diciembre de 1998.

El nuevo esquema establece cuatro categorías diferentes de productos que determinan el margen preferencial del que gozan dichas mercancías, que oscila entre el 15 y el 100% sobre el arancel aplicable a países terceros.

CATEGORÍAS	MARGEN PREFERENCIAL* (%)	PORCENTAJE DEL ARANCEL AL QUE QUEDA SUJETO* (%)
Supersensible	15	80
Sensible	30	70
Semisensible	65	35
No sensible	100	0

* Se aplica sobre el arancel de nación la más favorecida (terceros).

Fuente: Guía de Exportación

La Talavera se considera como un producto sensible :

FRACCIÓN	DESCRIPCIÓN
69120090	-Los demás (vajillas y demás artículos de uso doméstico, de higiene o de tocador, de cerámica, excepto de porcelana)
69139099	-Los demás (Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica)

Estos productos se benefician de una preferencia del 30 % sobre el arancel de nación más favorecida. Los productos que componen este grupo son, principalmente, ciertos productos químicos orgánicos e inorgánicos, productos de madera, del sector metalúrgico, maquinaria y equipo para industrias diversas y aparatos eléctricos - electrónicos, cerámica, artesanías de vidrio y piedras preciosas.

La aplicación del arancel preferencial queda sujeta a dos condiciones. En primer lugar, sólo las mercancías originarias del país beneficiario se podrán acoger al SPG. En segundo lugar, los productos deberán ser directamente transportados del país exportador a la C.E. Como prueba de origen, se deberá presentar el Certificado de Origen "Formulario A" (anexo 1) ante las autoridades aduaneras de la C.E. El cual deberá ser primero requisitado por el exportador y posteriormente avalado por las autoridades competentes para la emisión de este formulario, designadas por el país exportador ante la Comisión Europea.

DERECHOS DE ADUANA.

Todos los productos que entran en la C.E. son gravados con derechos de aduana, el arancel Aduanero Común de la C.E. se basa en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (S.A.). En conjunto, los derechos de aduana no son muy altos. El arancel medio para productos manufacturados es inferior al 4 %, aunque se pueden hacer excepciones con los productos agrícolas y productos sensibles (en especial textiles y confección).

Una de las consecuencias más notables del establecimiento del Mercado Único es que los trámites de aduanas son uniformes y los derechos de aduana son pagaderos sólo en el puerto de entrada a la C.E. Una vez que las mercancías han pasado la aduana de la C.E. no tienen que pasar ningún otro control de aduanas entre los estados de la C.E. por lo que se puede transportar las mercancías dentro de la C.E. de una manera rápida y económica.

CODIGO TARIFARIO	CONTINGENTE	SPG
6912009000	7.2%	SPGC: 0%; SPGI: 5%
6913909900	7.2%	SPGC: 0%; SPGI: 5%

FUENTE: CAPACITACION ADUANERA Y ASESORIA, S.C.

Finalmente, el exportador de Talavera por ser mexicano cae dentro del sistema SPGI, lo que significa que el arancel a pagar corresponderá al 5% en vez de pagar el 7.2% que los países no pertenecientes al SPGI deberán cubrir.

Así mismo todos los certificados con los que debe cumplir el exportador, se encuentran en los anexos 1,2,3; en donde podrá observarlos y analizar la información que necesitará para poder llenarlos y así su tramitación aduanal cuente con el SPG y pueda hacerse acreedor a los beneficios que ofrece este sistema.

<p>1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country)</p>		<p>Reference No:</p> <p style="text-align: center;">GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A</p> <p>Issued in <small>(country)</small></p> <p style="text-align: right;"><small>See notes overleaf</small></p>			
<p>2. Goods consigned to (consignee's name, address, country)</p>		<p>4. For official use</p>			
<p>3. Means of transport and route (as far as known)</p>					
<p>5. Item number</p>	<p>6. Marks and numbers of packages</p>	<p>7. Number and kind of packages; description of goods</p>	<p>8. Origin criterion (see notes overleaf)</p>	<p>9. Gross weight or other quantity</p>	<p>10. Number and date of invoices</p>
<p>11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.</p> <p>..... <small>Place, and date, signature, and stamp of certifying authority</small></p>		<p>12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in <small>(country)</small> and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to <small>(importing country)</small></p> <p>..... <small>Place, and date, signature of authorized signatory</small></p>			

I. Countries which accept Form A for the purposes of the generalized system of preferences (GSP):

Australia*	Norway	European Economic Community:	Ireland
Austria	Sweden	Belgium	Italy
Canada	Switzerland	Denmark	Luxembourg
Finland	United States of America	France	Netherlands
Japan		Federal Republic of Germany	Portugal
New Zealand		Greece	Spain
			United Kingdom

People's Republic of Bulgaria
 Czechoslovak Socialist Republic
 Hungarian People's Republic
 Polish People's Republic
 Union of Soviet Socialist Republics

Full details of the conditions covering admission to the GSP in these countries are obtainable from the designated authorities in the exporting preference-receiving countries or from the customs authorities of the preference-giving countries listed above. An information note is also obtainable from the UNCTAD secretariat.

II. General conditions

To qualify for preference, products must:

- (a) fall within a description of products eligible for preference in the country of destination. The description entered on the form must be sufficiently detailed to enable the products to be identified by the customs officer examining them;
- (b) comply with the rules of origin of the country of destination. Each article in a consignment must qualify separately in its own right; and
- (c) comply with the consignment conditions specified by the country of destination. In general, products must be consigned direct from the country of exportation to the country of destination but most preference-giving countries accept passage through intermediate countries subject to certain conditions. (For Australia, direct consignment is not necessary.)

III. Entries to be made in box 8

Preference products must either be wholly obtained in accordance with the rules of the country of destination or sufficiently worked or processed to fulfil the requirements of that country's origin rules.

- (a) Products wholly obtained: for export to all countries listed in Section I, enter the letter 'P' in box 8 (for Australia and New Zealand box 8 may be left blank).
- (b) Products sufficiently worked or processed: for export to the countries specified below, the entry in box 8 should be as follows:
 - (1) United States of America: for single country shipments enter the letter 'Y' in box 8, for shipments from recognized associations of countries, enter the letter 'Z' followed by the sum of the cost or value of the domestic materials and the direct cost of processing, expressed as a percentage of the ex-factory price of the exported products (example 'Y 35 %' or 'Z 35 %').
 - (2) Canada: for products which meet origin criteria from working or processing in more than one eligible least developed country, enter the letter 'G' in box 8; otherwise 'F'.
 - (3) Austria, Finland, Japan, Norway, Sweden, Switzerland and the European Economic Community enter the letter 'W' in box 8 followed by the Customs Cooperation Council Nomenclature (harmonized system) heading of the exported product (example: 'W 96.18').
 - (4) Bulgaria, Czechoslovakia, Hungary, Poland and the USSR: for products which include value added in the exporting preference-receiving country, enter the letter 'Y' in box 8 followed by the value of imported materials and components expressed as a percentage of the job price of the exported products (example 'Y 45 %'); for products obtained in a preference-receiving country and worked or processed in one or more other such countries, enter 'PK'.
 - (5) Australia and New Zealand: completion of box 8 is not required. It is sufficient that a declaration be properly made in box 12.

* For Australia, the main requirement is the exporter's declaration on the normal commercial invoice. Form A, accompanied by the normal commercial invoice, is an acceptable alternative, but official certification is not required.

1 Exportador (Nombre, dirección completa, país)	2 Número			
3 Destinatario (Nombre, dirección completa, país)	CERTIFICADO RELATIVO A DETERMINADOS PRODUCTOS HECHOS A MANO (HANDICRAFTS) expedido para la obtención del beneficio del régimen arancelario preferencial en la Comunidad Europea			
	4 País de fabricación	5 País de destino		
6 Lugar y fecha de embarque -- medio de transporte	7 Datos suplementarios			
8 Marcas y numeración -- número y naturaleza de los bultos -- DESIGNACION DETALLADA DE LAS MERCANCIAS	9 Cantidad (¹)	10 Valor FOB (¹)		
	11 VISADO DE LA AUTORIDAD COMPETENTE El abajo firmante certifica que el envío descrito más arriba contiene exclusivamente productos hechos a mano por la artesanía rural del país indicado en la casilla n° 4.			
12 Autoridad Competente (Nombre, dirección completa, país) (Firma)	 (Sello)	

(1) Indique si se trata de un número de piezas, de metros, de m³ o de kilogramos.

(2) En la moneda del contrato de compraventa.

(3) Tachese lo que proceda.



**CERTIFICACION DE ORIGEN
DE ARTICULOS MEXICANOS**

F O L I O N U M E R O

1- NOMBRE Y DIRECCION DE LA EMPRESA EXPORTADORA		2- NOMBRE Y DIRECCION DEL CONSIGNATARIO		
3- N° DE ORDEN	4- DESCRIPCION DE LA MERCANCIA	5- CANTIDAD Y UNIDAD DE MEDIDA	6- VALOR M/N	7- NUMERO DE FACTURA Y FECHA
8- LUGAR, FECHA Y SELLO DE LA AUTORIDAD QUE CERTIFICA		9- LUGAR Y FECHA, SELLO DE LA EMPRESA Y FIRMA DE AUTORIZACION		

2.9 BARRERAS NO ARANCELARIAS

Europa se ha sensibilizado cada vez más por los impactos de las actividades económicas sobre la naturaleza y el medio ambiente, en los últimos años se han introducido una serie de leyes para la prevención de daños al medio ambiente, además de reglamentos estrictos para proteger el aire y el agua.

Los exportadores de países en desarrollo, como México, y países en transición deberán ser conscientes de que la preocupación por el medio ambiente tiene repercusiones de peso en los negocios que no se deberán pasar por alto. Se espera que en diez años, la preocupación por el medio ambiente y el consiguiente desarrollo del control de medidas medio ambientales y de las normas de intervención, habrán adquirido la misma relevancia que las normas de calidad ISO 9000 de hoy. Por tanto, los exportadores tendrán que tomar las medidas necesarias a fin de convertirse o mantenerse como socios comerciales interesantes en el mercado europeo. Los requisitos en relación al medio ambiente le serán transferidos al exportador. El impacto medio ambiental de los productos, envases y embalajes (en el transporte, en la venta), significará que la cantidad de material será limitada, reutilizable y reciclable. De lo contrario disminuirá su competitividad.

Por ello, la Comunidad Europea realiza programas que tengan relación en cuanto a :

1. Minimizar la generación de residuos.
2. Maximizar la reutilización y reciclaje de residuos.
3. Promover el desecho y tratamiento de residuos responsables.

ETIQUETAS

ETIQUETA ECOLÓGICA

En la actualidad se están diseñando en la C.E. planes para la asignación de etiquetas ecológicas a grupos específicos de productos, lo cual tiene una gran repercusión en el mercado.

Los planes para la asignación de etiquetas ecológicas tienen como objetivo el ofrecer al consumidor la posibilidad de poder elegir productos cuyo diseño, producción, envasado y desecho al final de su vida, se realicen respetando las normas medio ambientales. El uso de tales etiquetas alienta a las industrias de producción y transformación a hacer un uso más sostenible de los recursos naturales. Los planes de etiquetas ecológicas se basan a menudo en la evaluación del Ciclo de Vida* referido anteriormente. Se hace una evaluación del impacto medio ambiental durante el ciclo completo del producto.

* Ciclo de vida : Diseño, Producción, Envasado y Desecho.

El uso de un sello medio ambiental europeo se decide por mutuo acuerdo entre productor e importador. El importe a abonar en pago por el uso del logotipo depende del volumen de ventas de la compañía productora o importadora, y puede variar dependiendo del estado miembro (aproximadamente un 0.15% del volumen de ventas anuales).

Entre tanto, los organismos nacionales de los estados miembros continúan con la introducción de sus propios sellos medio ambientales nacionales, los cuales revisten mayor importancia que los ellos de la C.E., en cada mercado. Por ejemplo en Francia se cuenta con un sistema de etiquetado rudimentario, en comparación con otros países, con su etiqueta NF; mientras que en Alemania se emplea como principal sello medio ambiental el Ángel Azul, que se muestra a continuación.



En seguida se presenta la Etiqueta Ecológica que es utilizada por los países miembros de la Comunidad Europea :



ETIQUETADO DE COMERCIO JUSTO.

Además de la importancia de las normas y reglamentaciones en materia de calidad, salud, seguridad y medio ambiente, las cuestiones de carácter social están adquiriendo cada vez mayor importancia tanto en los foros de negociaciones en el área del comercio, como entre los consumidores. Es muy posible que en los próximos años se introduzca un régimen denominado de fomento, en virtud del cual, los países del Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) serán beneficiados de un trato adicional de preferencias, si demuestran mantener una política progresiva en relación a las condiciones laborales, y en particular, al trabajo infantil. Esto supondrá un estímulo para el comercio de productos justos o socialmente responsables. Esta serie de productos, caracterizados por ser conformes a ciertos niveles mínimos en cuanto a condiciones laborales y remuneración de los productores, fueron durante mucho tiempo canalizados al mercado por un circuito de comercio alternativo. Durante los últimos años, sin embargo, un número creciente de tales productos está siendo comercializado a través de canales de comercio regular. Los consumidores los reconocen gracias a las etiquetas de comercio justo.

Los estados de la C.E. tienen su propio mercado nacional de comercio justo. En Alemania e Italia la marca Transfair es el distintivo de los productos de comercio justo. Como en el caso de las etiquetas ecológicas, se están tomando iniciativas a fin de armonizar las diferentes etiquetas de comercio justo en la C.E.

Aunque la participación en el mercado del comercio justo es todavía limitada (entre el 1 y 5 %), cada vez se da una mayor conciencia por parte del consumidor, con lo que aumenta la popularidad de los productos. Hoy en día, se considera a las empresas responsables de sus actos tanto en materia medio ambiental, como social.

ENVASES Y EMBALAJES

La Comunidad Europea ha realizado una Ley (directiva) en cuanto a envases y embalajes; por lo cual indica los requisitos específicos de fabricación y composición de los mismos. De los cuales incluyen:

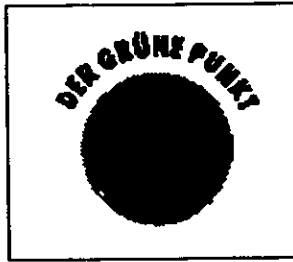
- El envase y el embalaje serán fabricados de manera que el volumen de éstos contengan la cantidad mínima para que se pueda mantener el nivel necesario de seguridad, higiene y aceptación para el producto envasado y para el consumidor.
- El envase o embalaje será diseñado, producido y comercializado de tal manera que permita su reutilización, incluyendo el reciclaje; así como su minimización en el impacto del medio ambiente cuando se efectúe el desecho de estos.
- Estos se fabricarán de tal forma que la presencia de sustancias y materiales nocivos y peligrosos quede minimizada con respecto a la presencia en emisiones, ceniza o líquidos resultantes del proceso de lixiviación, cuando el envase o embalaje o los residuos originados del control de este sean incinerados o enterrados.

PUNTO VERDE.

El punto verde es un símbolo que le indica al consumidor que el envase o el embalaje es un artículo de reutilización y de reciclaje. En Alemania, el comercio y la industria tienen la obligación de tener consigo este punto verde que indique que se van a reutilizar o reciclar los envases; además tanto para los productos alemanes es obligación de traerlo como para los extranjeros que deseen introducirlos en Alemania.

El permiso de uso del distintivo va unido al pago de una cuota, cuyo importe depende del tamaño del envase o embalaje, así como la firma de un contrato. Dicha contribución está destinada al pago del sistema de reciclaje (además esta etiqueta también es utilizada en Francia).

Esta debe colocarse a los envases, para que el consumidor tenga la confianza de adquirir el artículo.

**SISTEMAS DE CONTROL DEL MEDIO AMBIENTE**

Los fabricantes deben tomar en cuenta tres mecanismos, para evaluar el impacto de la Talavera en el medio ambiente, y de estudiar las mejoras posibles de los productos y procesos de producción.

1 Evaluación del Ciclo de Vida (ECV).

A esta fase también se le llama "de la cuna a la tumba". Aquí el empresario debe analizar en que etapa de la vida de la Talavera puede llegar a tener alguna repercusión al ambiente; muchas veces algunos artículos no afectan en nada al medio ambiente en su nacimiento pero en el momento de su descomposición en las fases de excavación, refinado, producción o de su desecho causan graves problemas. Por decisión de la Comunidad Europea el método ECV será la técnica a emplear para determinar si un producto es seguro en relación al medio ambiente.

2. Una Producción más Limpia.

Aquí se busca una producción más limpia en cuanto a la elaboración de los productos y a la prevención de la contaminación del aire, tierra y agua.

3. Diseño Ecológico.

El diseño ecológico implica un esfuerzo para reducir el uso de materia prima, minimizar el uso de energía fósil, la generación de residuos y disminuir las emisiones de gases tóxicos. Esto llevará en última instancia a la reducción del consumo de energía y uso de materiales.

LA MARCA DE LA C.E.

El uso de la marca de la C.E. indica la conformidad del producto con las "Exigencias Esenciales" relativas a la seguridad, salud y medio ambiente.

Las condiciones para poder llevar la marca son las siguientes :

- La marca se reserva exclusivamente para indicar la conformidad con las directivas de la CE, las cuales son de naturaleza general y por lo tanto tienen más alcance que las legislaciones nacionales en la materia.
- La marca indica que el producto cumple con las disposiciones de estas directivas y que el fabricante, el importador o la tercera parte ha efectuado las operaciones de evaluación de conformidad correspondientes.
- La marca irá adherida al producto, a menos que existan directivas de la CE permitiendo su colocación en el envase o en la documentación adjunta.
- La marca se referirá a todos los requisitos que afecten al producto. Si existen varias directivas relativas al producto el uso de la marca indicará conformidad con todas las directivas correspondientes.
- La marca no deberá indicar ni las directivas ni las normas con los que es conforme; tal información se deberá incluir en los informes de examen y certificados que acompañen al producto, la ficha/manual de construcción.

A continuación se muestra la Marca de la Comunidad Europea :



IMPORTANCIA

Es necesario que el exportador mexicano de Talavera considere el uso de etiquetas ecológicas, de comercio justo, punto verde y la marca de la CE, ya que la creciente conciencia ecológica y social de los habitantes de los países miembros los hace preferir un producto que tenga los sellos que les brinden la confianza y la seguridad de respetar las disposiciones laborales, de calidad y medio ambientales. Además de que es requisito indispensable para su correcta comercialización dentro de los mercados meta.

2.10 TRÁMITES A REALIZAR PARA OPERACIONES DE EXPORTACIÓN

Así como el exportador mexicano de Talavera debe conocer las regulaciones que sus mercancías (vajillas y/o artículos decorativos) deben cumplir en los países de destino (España, Italia, Francia y Alemania), es importante considerar todos aquellos trámites que deben cubrirse en México para exportar a la Comunidad Europea.

De modo resumido, se mencionan a continuación :

- Alta en el R.F.C.
- Conocer el Régimen legal Arancelario de la mercancía a exportar.
- Si el valor de la mercancía supera los 1,000 USD, obligación de contratar los servicios de un agente aduanal.
- Aportar la documentación necesaria para exportar la mercancía : factura comercial, certificado y/o autorizaciones, lista de empaque y documentos de transporte.

REGISTROS

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES (RFC).

La obligación de darse de alta en el Registro Federal de Contribuyentes es un requisito indispensable para el ejercicio de todo tipo de actividad económica. Las actividades de exportación pueden ser realizadas por una persona moral o por una persona física, indistintamente, siempre que su R.F.C. se encuentre conforme a la normatividad aplicable. Hay obligación de inscribir el R.F.C. en el padrón de exportadores.

CONSIDERACIONES

CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE UN AGENTE ADUANAL.

Cuando el valor de la mercancía sea superior a 1,000 USD, el exportador de Talavera se verá obligado a contratar los servicios de un agente aduanal. En caso contrario, podrá optar por el trámite simplificado. El agente aduanal deberá presentar ante la aduana un pedimento de exportación (anexo 1) en la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

AUTORIZACIONES Y CERTIFICADO.

Finalmente, el exportador de Talavera deberá entregar toda la documentación necesaria para que la mercancía pueda exportarse y se pueda proceder a su despacho en el país de destino (España, Italia, Francia y Alemania). Normalmente, y dado que la mayoría de las operaciones de

exportación se realizan utilizando los servicios de un agente aduanal, éste se encargará de solicitar y presentar ante la aduana la documentación pertinente.

Generalmente la documentación requerida es :

- Factura Comercial.
- Pedimento de Exportación.
- Certificados y Autorizaciones, cuando proceda.
- Lista de empaque.
- Documentos de Transporte.

DOCUMENTOS

FACTURA COMERCIAL.

Para el cumplimiento de los requisitos aduanales en México y en el país de destino es necesario que todo embarque de exportación se ampare con la factura comercial, incluso las muestras sin valor comercial.

En México, de acuerdo a lo establecido en la regla 29 de las Reglas Fiscales de Carácter General relacionadas con el comercio exterior, la factura comercial deberá contener lo siguiente :

- Lugar y fecha de expedición.
- Nombre y domicilio del destinatario de la mercancía.
- Descripción comercial de las mercancías : clase, cantidad, unidades de identificación, valores unitarios y globales.
- Nombre y domicilio del vendedor.
- Traducción cuando sea distinto a los idiomas Español, Italiano, Francés, Alemán o Inglés.

La información ahí contenida ayuda a las autoridades aduanales en el país importador a clasificar de forma acertada el envío, con el propósito de gravar los impuestos, derechos y cuotas correspondientes en caso de ser necesario. El llenado correcto de esta factura es la base sobre la cual se preparan otros documentos relacionados con el envío.

PEDIMENTO DE EXPORTACIÓN

Es el documento que avala la legal salida de la mercancía del territorio nacional, deberá presentarse en forma oficial aprobada por la SHCP, que contendrá los datos referentes sobre las cantidades, valor, destino, etc. de la mercancía.

Este documento debe ser elaborado por el Agente Aduanal y este será responsable de la veracidad y exactitud de los datos e información suministrados, de la determinación del régimen

aduanero de la mercancía y de las contribuciones causadas, así como del cumplimiento de las regulaciones no arancelarias (anexo I).

CERTIFICADO DE ORIGEN.

Se trata de un documento de carácter oficial que se expide previo a cada exportación y que tiene como propósito acreditar que el producto proviene de un país (en este caso México), que goza de una preferencia arancelaria en el mercado del país importador (España, Italia, Francia y Alemania).

El Trámite que debe llevar a cabo el interesado en exportar Talavera a la Comunidad Europea se detalla a continuación :

- Deberá tramitarse un certificado de origen para cada embarque de mercancías, independientemente de que se refieran a una o más facturas, siempre y cuando el consignatario sea el mismo.
- Los certificados deberán acompañarse con una copia de la factura o facturas comerciales correspondientes a las mercancías a exportar, así como el "Anexo Estadístico" correspondiente, el cual se proporcionará con la forma del certificado.
- Los certificados no deberán presentar tachaduras, borraduras o enmiendas.

Estos trámites son suficientes para cumplir con el requisito de establecer la prueba de origen. La función de expedir certificados de origen para los productos mexicanos es competencia de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), y la lleva a cabo la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior.

REGISTRO DE PRODUCTOS ELEGIBLES.

Para tramitar el certificado de origen, el exportador de Talavera deberá previamente registrar sus productos (vajillas y/o artículos de regalo y decoración) a través del Registro de Productos Elegibles para gestionar certificados de origen. Trámite que tiene por finalidad determinar los productos mexicanos de exportación que tiene derecho a obtener preferencias arancelarias en los países de destino que otorgan estas concesiones.

Para inscribirse en el Registro, se debe complementar el cuestionario correspondiente indicando:

- La mercancía a exportar y su fracción arancelaria

FRACCIÓN	DESCRIPCIÓN
69120090	-Los demás (vajillas y demás artículos de uso doméstico, de higiene o de tocador, de cerámica, excepto de porcelana)
69139099	-Los demás (Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica)

- Los países a los que se desea exportar aprovechando las preferencias arancelarias :
 - * España.
 - * Italia.
 - * Francia.
 - * Alemania.

- Datos relativos a los costos necesarios para determinar el valor agregado nacional conforme a las reglas de origen aplicables en cada país destino. Este trámite dura 48 hrs.
 - * Por ejemplo : en Francia la tasa es del 20 %.

En este caso como la exportación de la Talavera como producto mexicano se dirige a países de la Comunidad Europea, el modelo oficial correspondiente es el certificado de origen forma "A" (anexo I Regulaciones Arancelarias), destinado a las exportaciones de mercancías que se encuentran dentro del Sistema de Preferencias Generalizado, (SPG).

LISTA DE EMBARQUE.

Funciona como elemento de control, verificación y prueba para el exportador en el trámite de expedición de su mercancía. En la mayoría de los casos este documento es exigido por el agente aduanal que llevará a cabo el despacho aduanal de la mercancía.

LA GUÍA AÉREA Y/O PEDIMENTO DE EMBARQUE.

Es el documento de embarque que se usa en el transporte internacional de mercancías; contiene las instrucciones de embarque para la línea aérea o vía marítima, la ruta que va a seguir, la descripción de la mercancía, los cargos de transportación aplicables, cargos originados por el manejo de embarque e indica si la liquidación se hará en el origen o en el destino para mayor conveniencia del usuario.

Es el documento básico que cubre el movimiento de los embarques transportados y registra en un sólo documento el transporte de mercancías sobre cualquier distancia, al utilizar tantas líneas aéreas o vías marítimas como sea necesario, ya sea nacionales, internacionales o locales.

Al mismo tiempo sirve como documento para el pago de los cargos involucrados, ya sea por el remitente o por el consignatario; y representa la prueba de la existencia de un contrato entre el embarcador y el transportista y al mismo tiempo indica que las mercancías descritas se han recibido en buenas condiciones por la línea aérea / vía marítima o su agente de carga.

CARTA DE INSTRUCCIONES.

Es el documento que elabora el exportador o el agente de carga y su función reviste gran importancia, ya que en él se desglosan detalladamente todos los aspectos relativos al movimiento específico de un embarque.

El documento contiene todos los detalles necesarios para la emisión del conocimiento de transporte y lo autoriza para firmarlo en nombre del expedidor.

MANIFESTACIÓN DEL VALOR DE LA ADUANA.

Es el documento que se entrega al agente aduanal cuando usted realiza una importación, para liberar los envíos al momento de cruzar la frontera. Este documento tiene un carácter legal, en el cual se debe especificar cómo se determinó el valor de las mercancías.

Los contribuyentes que efectúen importaciones, deberán proporcionar a la autoridad los elementos que hayan tomado en consideración para determinar el valor en aduana, en formato libre, la manifestación del valor.

El agente aduanal conservará el original y copia de esta manifestación de valor por parte del importador, para que en caso de requerirse sea prueba documental para corroborar el valor de las mercancías, con base en datos objetivos y cuantificables.

2.11 FORMAS DE PAGO

En el comercio internacional se cuenta con varias formas para realizar o recibir los pagos de las mercancías. A continuación se describen en forma muy general algunas de ellas :

- Cheques.
- Giros Bancarios.
- Ordenes de Pago.
- Cobranzas Bancarias Internacionales.
- Cartas de Crédito.

CHEQUES.

En algunas operaciones de comercio internacional se conviene en que los pagos se efectúen con cheques, porque se tiene la confianza de que se cobrarán sin dificultad. Sin embargo, hay que considerar los diferentes riesgos que implica el cheque : los bancos no pagan los cheques por diversos motivos; no se tiene seguridad con respecto a que exista la cuenta que respalda el documento, ni que se tengan fondos suficientes, o bien que la firma del documento sea de alguien autorizado.

GIRO BANCARIO.

El giro es un título de crédito nominal, debe expedirse invariablemente a nombre de una persona física o de una empresa, pues no existen giros al portador. Goza de una gran aceptación en el comercio internacional, ya que puede ser emitido casi en cualquier divisa y no es necesario tener cuenta con ningún banco. El comprador debe solicitar la venta de un giro internacional indicando el importe, divisa y plaza en que radica el beneficiario. Es recomendable que al utilizar esta forma de pago se investigue si el banco con el que opera el deudor (importador) puede emitir los giros con cargo al banco que atiende al acreedor (exportador), asegurando una transacción rápida y sin contratiempos.

ORDEN DE PAGO.

Para emplear esta forma de pago es necesario que el beneficiario (exportador) posea una cuenta bancaria a fin de recibir los fondos en ella. TRÁMITE : El ordenante (importador) inicia los trámites en un banco de su localidad, requisita un formato previamente establecido, en el que anota el nombre y domicilio completo del beneficiario, la cantidad y la divisa de la orden de pago que requiere, así como los datos completos del banco pagador y el número de cuenta en el que deberán abonarse los fondos. Con esta información el banco ordenante transmitirá el mensaje respectivo para que el giro se abone al beneficiario. Es aconsejable que el exportador mexicano envíe sus datos y los del banco que maneja su cuenta en forma correcta.

COBRANZAS BANCARIAS INTERNACIONALES

Se refiere a los servicios que ofrecen los bancos para “gestionar” la cobranza a nombre del contratante (exportador). **TRAMITE.** El exportador acude a un banco, generalmente de su localidad y solicita el servicio de cobranza internacional, indicando al banco por escrito y con exactitud qué gestiones deberá realizar por encargo del solicitante. También se deberá entregar al banco (cedente), los documentos representativos de la mercancía y en ciertos casos algún título de crédito (letra de cambio o pagaré), a fin de que ese banco, por medio de su banco corresponsal de preferencia establecido en la plaza del importador (comprador), presente o entregue a este último los documentos, contra el pago del importe respectivo o con la aceptación del título de crédito.

CARTAS DE CRÉDITO

Es el compromiso escrito que asume una institución de crédito (banco emisor) por cuenta y orden de una persona física o moral (importador/comprador/ordenante), a favor de otra (exportador/vendedor/beneficiario), ya sea en sus cajas o a través de otra institución de crédito de pagar o aceptar letras de cambio a favor del exportador, contra la presentación de determinados documentos relativos a la venta de mercancías o prestación de servicios, los cuales deben cumplir estrictamente los términos y condiciones estipulados en la carta de crédito.

BANCOMEXT actúa como Banco notificador o confirmador recibiendo cartas de crédito de exportación provenientes del extranjero a favor de exportadores mexicanos, las cuales notifica o confirma dentro de un lapso de 24 horas a partir de su recepción. En caso de que sea necesario hacer alguna aclaración con el Banco Emisor, se dará un aviso preliminar al beneficiario en tanto se recibe respuesta.

Entre las ventajas que ofrece una Carta de Crédito para el vendedor (exportador) de Talavera y para el comprador (importador) se encuentran :

VENTAJAS

EXPORTADOR	IMPORTADOR
<ul style="list-style-type: none"> • Reduce la necesidad de verificar el crédito del comprador • El exportador evalúa el crédito del Banco emisor, no del ordenante. • Conoce perfectamente los términos y condiciones a cumplir para obtener su pago. 	<ul style="list-style-type: none"> • Esta seguro de que los documentos exigidos en la carta de crédito serán examinados por expertos. • Tiene la certeza de que el pago se efectuara únicamente cuando concuerden los documentos con los términos y condiciones de la carta de crédito.

CARACTERÍSTICAS DE LAS CARTAS DE CRÉDITO

POR DESTINO	<ul style="list-style-type: none"> • IMPORTACIÓN: Compra de bienes y servicios del extranjero. • EXPORTACIÓN : Venta de bienes y servicios, al extranjero. • DOMÉSTICAS : Compra y venta de bienes y servicios dentro de un mismo país.
POR FORMA DE PAGO	<p>La carta de crédito deberá indicar claramente la forma en que le será pagado al vendedor/exportador, misma que puede ser :</p> <ul style="list-style-type: none"> • A LA VISTA. Contra la presentación de documentos en orden. • CON PAGO DIFERIDO. Al vencimiento del plazo convenido entre comprador y vendedor. • CON ACEPTACIÓN. Al vencimiento del las letras de cambio aceptadas por el banco emisor/ confirmador. • CON NEGOCIACIÓN. Pagadera con un banco distinto al banco emisor (puede ser a la vista o a plazo).
RESPECTO A LA MODIFICACIÓN O CANCELACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • REVOCABLES. Son las que pueden ser modificadas o canceladas sin necesidad de aviso o conformidad por parte del vendedor. Implican un riesgo puesto que la carta de crédito puede ser modificada o cancelada mientras las mercancías se encuentran en tránsito y antes de que se presenten los documentos, o inclusive, una vez presentados, antes de que se hubiere realizado el pago; el vendedor tendrá que enfrentar, entonces, el problema de obtener el pago directamente del comprador. • IRREVOCABLES. Son aquellas que sólo pueden ser modificadas o canceladas mediante acuerdo de todas las partes involucradas (comprador, vendedor, banco emisor y banco notificador o confirmador).
POR EL COMPROMISO DEL BANCO NOTIFICADOR / CONFIRMADOR	<ul style="list-style-type: none"> • AVISADAS O NOTIFICADAS. Son aquellas en las que BANCOMEXT no adquiere ningún compromiso de pago ante el exportador, ya que su obligación se restringe únicamente a darlas a conocer al beneficiario. Una vez que se determina que los documentos cumplen con los términos y condiciones de la carta de crédito, se solicitan los recursos al banco emisor y el pago al exportador se efectúa hasta recibir los fondos respectivos. • CONFIRMADAS. Son aquellas en las que BANCOMEXT se adhiere solidariamente al compromiso que adquiere el Banco Emisor ante el exportador, por lo que se realizará el pago o se aceptará la letra de cambio una vez que se determine que los documentos cumplen estricta y literalmente con los términos de la misma.

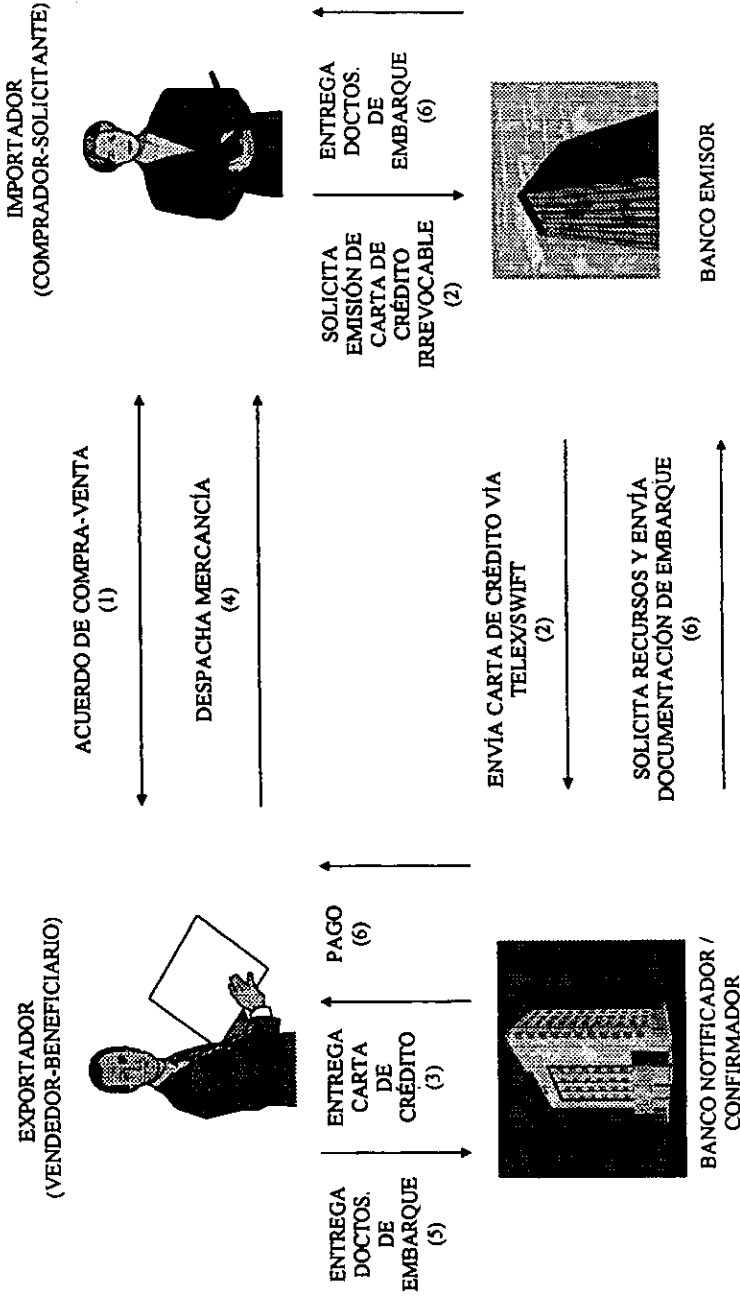
FUENTE: Guía práctica para el manejo de cartas de crédito de exportación.

TRÁMITE.

Los pasos que debe seguir un comprador/importador para solicitar la apertura de una carta de crédito a favor de un vendedor/exportador son los siguientes :

1. Las cartas de crédito derivan de operaciones comerciales previamente acordadas entre compradores y vendedores. Normalmente, una vez que las partes han definido las características técnicas de la operación como pueden ser las mercancías objeto de la negociación, precio, tiempo de entrega, volúmenes, calidad, etc., firman un contrato de compra-venta o levantan un pedido o una orden de compra, en donde claramente se estipula que la forma de pago se realizará mediante una carta de crédito irrevocable, pagadera a la vista contra documentos de embarque (o a plazo, dependiendo los acuerdos a que lleguen) y de preferencia confirmada por el banco del vendedor/exportador.
2. Con la información previamente acordada con su contra parte, el comprador se dirige a un banco local (banco emisor) y le da instrucciones para que emita una carta de crédito a favor de la empresa vendedora/exportadora (beneficiario), misma que deberá enviar a su banco corresponsal (banco notificador/confirmador) vía télex o SWIFT, dirigida al Departamento de Cartas de Crédito.
3. Una vez recibida la carta de crédito en el banco notificador/confirmador, después de revisar que el texto de la misma se ajuste a la práctica internacional para manejo de cartas de crédito, se entrega al vendedor/exportador.
4. Tan pronto como el vendedor recibe la carta de crédito y encuentra que puede cumplir con todos los términos y condiciones ahí estipuladas, procede a despachar las mercancías.
5. Posteriormente, el vendedor entrega al banco notificador/confirmador los documentos probatorios del envío de la mercancía, solicitados en el texto de la carta de crédito.
6. Una vez que el banco notificador/confirmador certifica que los documentos cumplen estricta y literalmente con los términos estipulados en la carta de crédito, procede de la siguiente manera :
 - a) Solicita los recursos correspondientes al banco emisor.
 - b) Efectúa pago al vendedor/exportador.
 - c) Envía al banco emisor los documentos solicitados en la carta de crédito para su posterior entrega al comprador y retiro de la aduana correspondiente.

FLUJO DE LA OPERACIÓN DE CARTA DE CRÉDITO



COMISIONES.

Es importante señalar que el servicio de cartas de crédito que ofrecen los bancos a nivel mundial genera comisiones por el manejo de las operaciones tanto en el banco del comprador como del vendedor, por lo que ambas partes deben conocer las tarifas que aplican los bancos con los que trabajan y así reflejarlo en la operación que estén manejando. En la práctica internacional normalmente las comisiones bancarias las pagan tanto comprador como vendedor en sus respectivos países; sin embargo, este es un punto de negociación entre las partes. Por lo que respecta a BANCOMEXT, el nivel de comisiones que cobra por el servicio de cartas de crédito se encuentra igual o por debajo del mercado nacional.

ACCESO AL SERVICIO DE CARTAS DE CRÉDITO DE BANCOMEXT.

Para que el empresario de Talavera tenga acceso al servicio de Cartas de Crédito será a través del Sistema de Comunicación (SICOM), por medio del cual BANCOMEXT le facilita la emisión, modificación, autorización de pago de las Cartas de Crédito de Importación o Domésticas de manera electrónica desde la comodidad de su empresa accediendo a su propia computadora mediante un módem. Este sistema se complementa con el Banktrade, que es uno de los mejores "software", sistema en el mercado para el manejo y administración de Cartas de Crédito.

El exportador de Talavera, también puede tener acceso a este servicio llenando la Solicitud de establecimiento de Carta de Crédito Irrevocable (Formato F10) proporcionado por BANCOMEXT, mismo que deberá ser entregado en cualquiera de los Centros BANCOMEXT.

BANCOMEXT también actúa como banco notificador o confirmador recibiendo Cartas de Crédito de Exportación provenientes del extranjero a favor de exportadores mexicanos. El pago a estas empresas se realiza puntualmente, una vez que los documentos presentados cumplen con los términos y condiciones establecidos.

Para cartas de crédito de Exportación no existen formatos a requisitar para obtener el servicio por parte de BANCOMEXT. Sin embargo, será necesario presentar los siguientes documentos al hacer efectiva una carta de crédito :

- * Letra de Cambio.
- * Factura Comercial.
- * Documento de Embarque.
- * Lista de Embarque.
- * Póliza de Seguro de Transporte.
- * Certificados (de Origen, Calidad, Peso, etc.).

Posteriormente a la entrega de sus documentos BANCOMEXT le informará en forma ágil y oportuna si se acepta o rechazan en la eventualidad de que muestren discrepancias. En el supuesto de que los documentos sean susceptibles de corrección se le asesorará para que el solicitante pueda corregirlos, pero si las discrepancias encontradas son incorregibles, previa autorización de solicitante, BANCOMEXT enviará un mensaje al Banco Emisor notificándole las discrepancias detectadas a fin de que las dé a conocer al comprador e informe a BANCOMEXT misma vía, su aceptación o rechazo.

En cuanto BANCOMEXT recibe la respuesta informará al solicitante y procederá a efectuar el pago de acuerdo a los términos de la carta de crédito y a sus instrucciones.

FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DE UNA CARTA DE CRÉDITO.

Las cartas de crédito también son objeto de financiamiento a través de las Líneas de Crédito Comprador otorgadas por BANCOMEXT a diversas instituciones bancarias domiciliadas en el extranjero, para apoyar la adquisición de bienes y servicios mexicanos en el extranjero.

2.12 ESTRATEGIA DE EMPAQUE

Los distintos tipos para la presentación de los productos de Talavera, pueden ser de acuerdos a sus paquetes completos de juegos o de manera individual. Aunque de esta forma el costo del artículo es muy elevado, pero es compensado por el valor y prestigio del mismo.

En Europa, el empaque es el inicio de la comunicación con el consumidor, ya que este mostrará las bondades y atributos del producto. A su vez, es necesario crear desde un principio un impacto visual en el que lleguen a asociar el artículo con la calidad, el lujo y aquellos factores psicológicos que atraigan al posible comprador. Todo esto es el valor agregado que debe tener el empaque que contenga la Talavera.

De esta manera el empaque para la transportación de la artesanía, debe tomar en cuenta:

- a) Las características del producto.
- b) El método de distribución del mismo.
- c) Los peligros que correrá la Talavera durante su viaje.
- d) La elección del transporte idóneo para el artículo.
- e) Finalmente, que el empaque sea reciclable.

Así mismo, la Talavera es un producto sensible que requiere un especial cuidado en:

- a) Los daños superficiales, que puede sufrir, es el llegar a despostillarse o a rayarse en alguna parte del artículo; por eso es recomendable que el producto sea envuelto en papel suave como china o mantequilla, o bien con tela que no se desgarre fácilmente.
- b) Los daños en la estructura provocados por algún objeto externo durante el transporte, se pueden prevenir con ayuda de hule espuma, cartón corrugado o de plástico "bubble film" el cual ayuda a amortiguar el golpe, previniendo el movimiento de las piezas y facilitando el transporte y manejo del producto.

La tendencia para la transportación y presentación de la Talavera son cajas de cartón corrugado; en donde se envolverá cada pieza con papel china/mantequilla y se protegerá una de otra con el cartón (que deberá tener un espesor aproximado de 1.0 a 1.5mm). También es necesario que la caja no exceda de 25 kg. (incluyendo contenido) para facilitar su manejo, almacenaje y disminución de peligros.

Algunas dimensiones que se pueden manejar en cuanto a este tipo de empaque son:

60 x 40 cm	80 x 60 cm
40 x 30 cm	o un master de 120 x 100 cm
30 x 20 cm	120 x 80 cm

La medida comercial es de 80 x 60 cm; aunque se pueden manejar otras por la flexibilidad del material utilizado.

La artesanía mexicana al ser transportada por vía marítima, debe tomar en cuenta:

- Las condiciones del contenedor (la distribución de la mercancía en los "pallets", el espacio entre los mismos, la presión causada por el cabeceo o balanceo del barco).
- El rocío o vaporización de líquidos.
- Residuos de sal.

o bien, por vía aérea los principales peligros son:

- Las frecuentes vibraciones del avión.
- La baja presión de las grandes altitudes provocando una alteración en la presión de los compartimientos de carga.
- La baja temperatura ocasionada por la gran altitud que toma el avión.

Finalmente el empaque debe tener la siguiente información:

- Nombre del producto.
- Marca del Mismo.
- El Contenido.
- Una codificación y descripción breve de las características y usos del producto.
- Logo.
- Emblema "Hecho en México".
- Datos del fabricante.
- Instructivo del artículo.
- Instrucciones para abrir el empaque.
- Los símbolos de seguridad.
- Las características y vida del producto.
- Visibilidad del artículo o fotografía del mismo.
- Algún requisito de una barrera no arancelaria.

Los símbolos de seguridad nos ayudan a manejar el empaque. La Talavera debe llevar los siguientes:

Frágil



No rodar.



Prohibido colgarlo.



No comprimir.



Soporta el máximo de ___ cajas.



No mojar.



Por último, al empresario de Talavera lo invitamos a que revise las barreras no arancelarias para que cumpla con los requerimientos de ecología en la realización de su empaque; así como con los sellos necesarios que otorga la Comunidad Europea para su libre tránsito en el mercado.

2.13 ESTRATEGIA DE PRECIO DE EXPORTACIÓN

El primer paso para determinar el precio conveniente para un producto de exportación, en este caso las vajillas y artículos decorativos de Talavera, es conocer de manera precisa los costos de fabricación y comercialización en que se incurrieron.

El exportador de Talavera deberá considerar los límites tanto inferior como superior que se tienen para fijar el precio de exportación de los diferentes productos.

- Límite inferior : Es determinado por el costo, del cual no puede bajar el precio de venta
- Límite superior : Es determinado por la elasticidad de cada mercado.

Por lo tanto, la fijación oscila entre un límite inferior fijo (costo) y uno superior negociado, establecido por el mercado y el producto, principalmente.

DETERMINACIÓN DEL COSTO

Al efectuar el cálculo de costos, el exportador de Talavera debe considerar elementos precisos acerca del proceso productivo y de comercialización.

A continuación realizamos la descripción del procedimiento denominado “Costo Variable Unitario Total”.

Para integrar y distribuir los costos que conforman al producto es recomendable considerar los siguientes tipos :

COSTO VARIABLE DE FABRICACIÓN.

- | | | |
|--------------------------|---|---|
| Materia Prima | : | Costo por concepto de los insumos o bienes a transformar que se procesan y que dependen de la cantidad de compra o producción; en este caso : los dos tipos de barro, las tintas, los elementos empleados en el esmaltado, etc. |
| Mano de Obra | : | Costo del trabajo humano, el cual varía según el grado de especialización y si es por contrato o destajo; a su vez se toma en cuenta la creación de piezas únicas y su pericia. |
| Otros Gastos Variables : | | Costos en que se incurren con motivo de la fabricación y que son distintos de los dos anteriores; por ejemplo, la alimentación y mantenimiento de los hornos de cocción. |

La suma de estos tres conceptos conforma el **costo variable de fabricación.**

COSTO DE COMERCIALIZACIÓN

En el costo de fabricación se consideran los conceptos relativos a la elaboración del artículo de Talavera, ya sea una vajilla o un objeto decorativo, hasta que éste se encuentra en la bodega. Aquél esfuerzo posterior para lograr que el consumidor lo adquiriera constituye el costo de comercialización, entendiéndose éste como los gastos en que se incurran por las siguientes actividades :

- * Investigaciones y estudios de mercado.
- * Promoción de ventas.
- * Publicidad.
- * Estadísticas de ventas.
- * Ventas y sus costos administrativos.

Dentro de estas actividades existen algunas que generan gastos de forma independiente de si se vende o no; estas reciben el nombre de gastos constantes de comercialización (sueldo de personal de ventas, rentas, publicidad por contrato, etc.).

COSTO DE EXPORTACIÓN

Es la suma de gastos que originan los diferentes actos encaminados a la exportación de Talavera. Estos actos varían dependiendo de la negociación o cotización que se realice, los cuales se establecen mediante el término de negociación internacional utilizado (Cap. II, Transporte, Terminología de Negociación Internacional). Ya que cada exportación es única, y no origina el mismo tipo de actos y por tanto los gastos de exportación no son siempre los mismos.

Los principales costos de exportación se clasifican como sigue :

Costos Constantes : Se originan por mantener una unidad o gerencia de exportación, sueldos,

rentas, etc. En el caso específico de las micros y medianas empresas no se cuenta con un departamento interno que efectúe estas actividades, por lo que se contratan los servicios de una agencia aduanal; sin embargo, en caso de una empresa integradora que comercialice los artículos de Talavera, si se podría considerar un departamento interno o staff que realice tales actividades.

Tales costos se originan aunque no se efectúe exportación alguna y son necesarios para mantenerse en el negocio, ocurren de cualquier manera.

Costos Variables : Ocasionados por la realización concreta de la exportación.

El costo variable unitario total de un producto por exportarse se compone del costo variable de fabricación adicionado del costo variable de exportación; los costos variables de

comercialización se pueden no incluir, ya que sólo tienen como propósito principal la comercialización en el mercado interno.

En el medio de la comercialización internacional, el cliente no está dispuesto a pagar por la ineficacia y fallas de programación de empresas exportadoras, ya que puede seleccionar otro proveedor. En tal situación la determinación contable, el cálculo y la aplicación del costo variable unitario total, adquieren toda la importancia en virtud de la precisión y pureza conceptuales y la práctica que se requiere.

FORMULACIÓN DEL PRECIO

Para formular el precio de exportación en el caso de los productos de Talavera es necesario partir del precio de planta al que se adicionan los demás conceptos para obtener el precio de exportación.

PRECIO BASADO EN COSTOS. COSTING (BASE ADITIVA).

A partir del costo de producción, se adiciona un margen de utilidad, además de fijar la estrategia de venta que contemple las variables, volúmenes, precios, tiempos y financiamientos; conocer la ganancia neta y adicionar sistemáticamente los gastos en que se incurran, posteriores al precio Ex-Work.

GASTOS EN QUE SE INCURRE PARA EXPORTAR

A continuación un ejemplo indicativo que se puede considerar como método :

1. Envase y embalaje de exportación.
2. Marcas, etiquetas, leyendas o impresos especiales para exportación (en el embalaje).
3. Optimización de la carga (reagrupando, unitarizando, etc.).
4. Inspección, certificación y verificación de exportación en la planta o almacén de la empresa.
5. Almacenaje local previo (si se requiere).
(1 + 2 + 3 + 4 + 5 + precio del producto para exportar* = precio Ex Works).
6. Tramitación de documentos.
7. Recolección o transporte nacional incluyendo maniobras o renta de equipo especial (en su caso).
8. Impuesto de exportación (en su caso) y derecho de trámite aduanero.
9. Despacho aduanal.
10. Seguro de mercancías hasta su llegada al medio de transporte internacional.
[Ex Works + 6 + 7 + 8 + 9 + 10 = Free Carrier (vía aérea); Delivered at Frontier (vía terrestre)].

* Es el precio unitario más un porcentaje de utilidad.

(Ex Works + 6 + 7 = Free alongside ship (vía marítima).

Free alongside ship + 8 + 9 + 10 (incluyendo el seguro hasta abordaje del buque) = Free on Board (vía marítima).

Se agregaron las formas de costos para diferentes medios de transporte (aéreo, marítimo y terrestre), así como la matriz de cálculo de costos según el incoterm elegido; en dichas hojas aparece la mayoría de los elementos que se deben integrar y sumar dependiendo del medio de transporte. (anexo 1 al 7).

Tales formatos son sólo enunciativos susceptibles de modificación para su mejor adecuación al producto, ya sea vajillas o artículos decorativos de Talavera.

“TOP DOWN”

Los exportadores que buscan nuevos mercados, por lo general sus precios son definidos de acuerdo al mercado donde se desea entrar, sus productos rara vez definen el precio del mercado donde intentan vender sus mercancías. A continuación se mencionará cuales son los pasos a seguir para poder establecerlo:

- 1.- Establecer el precio en comparación con los artículos de competencia y/o sustitutos del mercado.
- 2.- Definir todos los elementos que componen el precio de mercado: IVA (VAT), márgenes de negociación de los importados, costos de transportación y seguros, aranceles, etc.
- 3.- Hacer el cálculo de “Top Down” eliminando todos los elementos de especulación del mercado.
- 4.- Verificar si se puede obtener el precio a través de este cálculo que resulte coherente con el mercado, en caso de que sea muy alto éste, es necesario buscar el camino para disminuir los costos, en especial de transformación.
- 5.- Estimar el total de ventas durante un período de 3 años, realizar un plan global de gastos, así como tomar en cuenta los esfuerzos que se tendrán que incurrir como viajar y transportar la mercancía.
- 6.- Definir el precio final de mercado.
- 7.- Realizar pruebas al precio, a través de investigación de mercados.

Como conclusión se puede hacer alusión que todo exportador que tiene el interés de entrar a un mercado extranjero tiene que cuidar tres aspectos fundamentales:

- Conocer el precio de mercado.
- Calcular el costo del artículo.
- Como reaccionar a los cambios de precios.

Finalmente se presentaron dos tipos de estrategias. La primera corresponde al precio en que se venderá la Talavera al importador, en cambio la estrategia "Top Down" determina un precio para el consumidor final (usuario directo).

TABLA DE CÁLCULO SEGÚN EL MÉTODO DE "TOP DOWN"	
Precio al Consumidor	\$ 1,190.00
IVA*	\$ 190.00
Precio del Mercado menos IVA	\$ 1,000.00
Margen del Detallista	\$ 250.00
Precio al Detallista	\$ 750.00
Margen al Distribuidor	\$ 90.00
Precio al Distribuidor	\$ 660.00
Margen del Importador	\$ 33.00
Costo de Desembarque	\$ 627.00
Aranceles de Importación	\$ 188.00
Otros Costos	\$ 15.00
CIF (Puerto Embarque)	\$ 424.00
Costos de Transportación	\$ 120.00
Costo del Seguro	\$ 4.00
FOB (Puerto Embarque)	\$ 300.00
Costo de Transportación de la Fábrica	\$ 5.00
Precio de Exportación	\$ 295.00
Precio de Fábrica	\$ 255.00
Ganancia del Exportador (por unidad)	\$ 40.00
Nota : El IVA que se utilizó para el ejemplo es el de Italia.	
País	Impuesto
España	16 %
Italia	19 %
Francia	20 %
Alemania	15 %

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.
 ASESORIA COMERCIAL Y ADUANERA
CALCULO DE COSTOS INCOTERMS ELEGIDO

GASTOS NACIONALES GASTOS INTERNACIONALES



BANCOMEX

INCOTERM	SIJULAS	CARGA (CARGO, TIPO, CONTENEDOR) EN ALMACEN DE SALIDA	ENVIO (AL PUERTO, AEROPUERTO, A LA ZONA DE GRUPEAR)	TRAMITES ALIENANEROS PARA LA EXPORTACION	PAGO POR PUERTO, AEROPUERTO, ZONA DE GRUPEAR, TRIBUTOS DE LLEGADA	TRAMITES ALIENANEROS PARA LA IMPORTACION, DERECHOS DE AMARCELAMOS Y TASAS	PAVO A LA FABRICA O ALMACEN DE DESTINO	DESCARGA EN FABRICA O ALMACEN DE DESTINO	TRANSPORTE MARITIMO M CUADROS MEDIO DE TRANSPORTE O	TRANSPARENCIA DE LOS RIESGOS Y GASTOS...
PUNTO DE ORIGEN (LUGAR CONVENIDO)	EXW	V	C	C	C	C	C	C	O	EN EL ESTABLECIMIENTO DEL VENDEDOR
LIBRE JUNTO AL BUQUE (PUERTO DE EMBARQUE ASIGNADO)	FAS	V	V	C	C	C	C	C	M	AL CORTADO DEL BUQUE SOBRE EL MUELLE O EN LAS CASILLAS DE ALZAJE
TRANSPORTE LIBRE (LUGAR CONVENIDO)	PCA	V	V	V	C	C	C	C	O	CUANDO EL TRANSPORTISTA PRINCIPAL SE HACE CARGO DE LA MERCANCIA
LIBRE A BORDO (PUERTO DE EMBARQUE) COSTO Y FLETE (PUERTO DE DESTINO ASIGNADO)	POB	V	V	V	V/C	C	C	C	M	HASTA LA BORDA DEL BUQUE CUANDO LA MERCANCIA ENTRA EN LA BORDA DEL BUQUE
TRANSPORTE PAGADO HASTA (LUGAR DE DESTINO)	CFR	V	V	V	V	V	V	C	O	LA MERCANCIA SE ENTREGA AL TRANSPORTISTA PRINCIPAL
COSTO, SEGURO Y FLETE (PUERTO DE DESTINO ASIGNADO)	CIP	V	V	V	V	V	V	C	M	HASTA LA BORDA DEL BUQUE
TRANSPORTE SEGURO PAGO HASTA... (LUGAR DE DESTINO ASIGNADO)	CIP	V	V	V	V	V	V	C	O	LA MERCANCIA SE ENTREGA EN EL PUERTO DE DESTINO
ENTREGADO EN LA FRONTERA (LUGAR CONVENIDO)	DAP	V	V	V	V	V/C	C	C	O	CUANDO LA MERCANCIA SE ENTREGA AL TRANSPORTISTA PRINCIPAL CON EL SEGURO
ENTREGADO SOBRE EL BUQUE (PUERTO DE DESTINO ASIGNADO)	DBS	V	V	V	V	V	C	C	M	CUANDO LA MERCANCIA ESTE ASIGNADO EN LA FRONTERA VENEZOLANA POR LA MERCANCIA
ENTREGADO PUERA DE MUELLE (PUERTO DE DESTINO ASIGNADO)	DEQ	V	V	V	V	V	C	C	M	DESPUES DE LA ADICION DEL COMERCIO EXTERIOR POR LA MERCANCIA
ENTREGADO EN PUERTOS SIN PAGAR (LUGAR DE DESTINO ASIGNADO)	DDU	V	V	V	V	V	C	C	M	PUERTO DESTINO ASIGNADO. TRANSMITE DE EXPORTACION
PAGADOS IMPUESTOS (LUGAR DE DESTINO ASIGNADO)	DDP	V	V	V	V	V	C	V	O	LA MERCANCIA ENTREGADA EN LUGAR CONVENCIONADO DEL PAIS DE IMPORTACION, EN LOS TERMINES ADUANEROS EN EL MOMENTO DE LA PUNTUACION DE LA MERCANCIA AL COMPRADOR, INCLUYENDO TODOS LOS GASTOS

V = GASTOS A CARGO DEL VENDEDOR

C = GASTOS A CARGO DEL COMPRADOR

Elaborado: Dirección de Asesoría

Aguilón, 1995.



BANCOEXMT

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.

HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACION POR VIA MARITIMA
EN PAIS DE ORIGEN

C O N C E P T O	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES		TIEMPO DIAS
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	
PRECIO DE EXPORTACION EN PLANTA:					
-PRECIO DE VENTA EN PLANTA					
-EMBALAJE DE EXPORTACION					
-MARCAS, NUMEROS Y ETIQUETAS					
-MANIPULEO EN PLANTA					
EX WORKS (EN FABRICA)					
EXW (...LUGAR ASIGNADO)					
TRAMITACION DE DOCUMENTOS:					
-PERMISOS					
-AUTORIZACIONES					
-OPINIONES					
-CERTIFICADOS					
-VISAS					
RECOLECCION:					
-MANOBRAS DE CARGA A LA UNIDAD DE TRANSPORTE					
-RENTA DE EQUIPO P/ MANEJO DE PIEZAS PESADAS (SI SE REQUIERE)					
-ACARREOS					
-MANOBRAS DE DESCARGA DEL TRANSPORTE A LA BODEGA DE LA LINEA					
TRANSPORTE NACIONAL:					
-FLETE					
-TRASLADO					
-MANOBRAS DE UNIDAD DE TRANSPORTE A RECINTO FISCAL					
FREE ALONGSIDE SHIP (LIBRE JUNTO AL BARCO)					
FAS (...PUERTO DE EMBARQUE)					
IMPUESTOS:					
-DE EXPORTACION (EN CASO DE ESTAR GRAVADO EL PRODUCTO)					
DESPACHO ADUANAL:					
-DOCUMENTACION					
-GASTOS COMPLEMENTARIOS 1/					
-HONORARIOS					
-FINANCIAMIENTO 2/					
SEGURO DE LA MERCANCIA:					
-HASTA COSTADO DE BUQUE					
MANOBRAS:					
-DE COSTADO A BORDO DEL BUQUE					
SEGURO DE LA MERCANCIA					
-HASTA A BORDO DEL BUQUE					
FREE ON BOARD (LIBRE A BORDO)					
FOB (...PUERTO DE EMBARQUE)					
TRANSPORTE DE PUERTO DE SALIDA A PUERTO DE DESTINO PRINCIPAL:					
-FLETE					
-RECARGOS					
COSTO Y FLETE (COST AND FREIGHT)					
CFR (...NOMBRE DEL PUERTO DE DESTINO)					
SEGURO DE TRANSPORTE:					
-HASTA LUGAR DE DESTINO CONVENIDO					
COSTO, SEGURO Y FLETE					
CIF (...PUERTO DE DESTINO ASIGNADO)					
<p>1/ Para precio FOB estos gastos se aplicarán sobre el valor factura. Para precio CIF se aplicarán sobre valor factura, más gastos comprobados, incluyendo derechos e impuestos. Es recomendable que en la factura se desglose el precio FOB y CIF (en caso de utilizarse este último término).</p> <p>2/ Este cargo se aplicará sobre el importe que comprobadamente desembolse al agente para cubrir los gastos que genera la operación, el cual podrá evitarse si se anticipan dichos fondos.</p> <p>NOTA: ESTE FORMATO ES ÚNICAMENTE ENUNCIATIVO POR LO QUE ESTA CONDICIONADO A LAS NECESIDADES DE CADA USUARIO RESPECTO A CONTRATO Y/O CONTENIDO DEL INCOTERM UTILIZADO.</p>					



HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACION POR VIA MARITIMA

BANCOMEXT

EN PAIS DE DESTINO

C O N C E P T O	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES		TIEMPO DIAS
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	
MANIOBRAS:					
-DE A BORDO A COSTADO DEL BUQUE.					
SEGURO DE LA MERCANCIA:					
-HASTA EL COSTADO DEL BUQUE					
DES: DELIVERED EX-SHIP (ENTREGADO SOBRE EL BUQUE) (PUERTO DE DESTINO ASIGNADO)					
TRAMITACION DE DOCUMENTOS: (PAIS DESTINO).					
-PERMISOS					
-AUTORIZACIONES					
-CERTIFICADOS					
-OTROS					
DESPACHO ADUANAL:					
-DOCUMENTACION					
-GASTOS					
IMPUESTOS (*):					
-IMPUESTOS DE IMPORTACION					
RECOLECCION:					
-MANIOBRAS DE CARGA HASTA EL LUGAR CONVENIDO FUERA DEL MUELLE					
DEQ: DELIVERED EX-QUAY (ENTREGADO FUERA DEL MUELLE) (IMPUESTO PAGADO PAIS DESTINO).					
TRANSPORTE (PAIS DE DESTINO):					
-FLETE DE LA ADUANA DE IMPORTACION AL LUGAR DE DESTINO					
-MANIOBRAS DEL RECINTO FISCAL A LA UNIDAD TRANSPORTADORA					
SEGURO DE TRANSPORTE:					
-HASTA LUGAR DE DESTINO CONVENIDO					
DDU: DELIVERED DUTY UNPAID 1) (ENTREGADO CON IMPUESTOS SIN PAGAR)					
IMPUESTOS:					
-DE IMPORTACION (EN CASO DE ESTAR GRAVADO EL PRODUCTO.					
-OTROS DERECHOS (IMPUESTOS)					
OTROS GASTOS:					
-OTROS GASTOS CAUSADOS EN PAIS DE DESTINO.					
DDP: DELIVERED DUTY PAID 2) (ENTREGADO CON IMPUESTOS PAGADOS)					
<p>(*) Si la obligación llega hasta DEQ (IMPUESTO PAGADO PAIS DE DESTINO), se deberán pagar los impuestos respectivos, sino, cuidado de no duplicar ya que también en DDP (ENTREGADO CON IMPUESTOS PAGADOS), se contemplan dichos impuestos.</p> <p>1/ Se excluyen los aranceles, impuestos de importación y otros gastos oficiales que incluya la importación, se deberá establecer si se contempla el pago de otros impuestos como el IVA.</p> <p>2/ Se incluye los aranceles, impuestos de importación y otros gastos oficiales que incluya la importación, se deberá establecer si se contempla el pago de otros impuestos como el IVA.</p> <p>NOTA: ESTE FORMATO ES ÚNICAMENTE ENUNCIATIVO POR LO QUE ESTA CONDICIONADO A LAS NECESIDADES DE CADA USUARIO RESPECTO AL CONTRATO Y/O CONTENIDO DEL INCOTERM UTILIZADO.</p>					



BANCOEXT

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.

HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACION POR VIA AEREA
EN PAIS DE ORIGEN

C O N C E P T O	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES		TIEMPO DIAS
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	
PRECIO DE EXPORTACION EN PLANTA:					
-PRECIO DE VENTA EN PLANTA					
-EMBALAJE DE EXPORTACION					
-MARCAS, NUMEROS Y ETIQUETAS					
EX WORKS (EN FABRICA) EXW (...LUGAR ASIGNADO)					
TRAMITACION DE DOCUMENTOS:					
-PERMISOS					
-AUTORIZACIONES					
-OPINIONES					
-CERTIFICADOS					
-VISAS					
RECOLECCION:					
-ACARREO DE LA BODEGA DEL EXPORTADOR A LA ADUANA DEL AEROPUERTO DE SALIDA					
-RENTA DE EQUIPO PARA MANEJO DE PIEZAS PESADAS (SI SE REQUIERE)					
IMPUESTOS:					
-DE EXPORTACION (EN SU CASO)					
DESPACHO ADUANAL:					
-DOCUMENTACION					
-GASTOS COMPLEMENTARIOS 1/					
-HONORARIOS					
-FINANCIAMIENTO 2/					
SEGURO DE LA MERCANCIA:					
-HASTA ABORDO DEL AVION					
FREE CARRIER (TRANSPORTE LIBRE) FCA (...LUGAR ASIGNADO)					
TRANSPORTE:					
-FLETE DE TRANSPORTE AEREO					
FLETE PAGADO A... (CARRIAGE PAID TO...) CPT (...LUGAR DE DESTINO ASIGNADO)					
SEGURO DE TRANSPORTE:					
-HASTA LUGAR DE DESTINO CONVENIDO					
FLETE Y SEGURO PAGADO A... (CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO...) CIP (...LUGAR DE DESTINO ASIGNADO)					
1/ Para precio FCA estos gastos se aplicarán sobre el valor factura. Para precio CIP se aplicarán sobre valor factura, más gastos comprobados, incluyendo derechos e impuestos. Es recomendable que en la factura se desglose el precio FCA Y CIP (en caso de utilizarse este último término).					
2/ Este cargo se aplicará sobre el importe que comprobadamente desembolse el agente para cubrir los gastos que genere la operación, el cual podrá evitarse si se anticipan dichos fondos.					
NOTA: ESTE FORMATO ES ÚNICAMENTE ENUNCIATIVO POR LO QUE ESTA CONDICIONADO A LAS NECESIDADES DE CADA USUARIO RESPECTO A CONTRATO Y/O CONTENIDO DEL INCOTERM UTILIZADO					



BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.

BANCOMEXT

**HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACION POR VIA AEREA
EN PAIS DE DESTINO**

C O N C E P T O	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES		TIEMPO DIAS
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	
MANIOBRAS:					
-DE A BORDO DEL AVION A BODEGA CONVENIDA					
SEGURO DE LA MERCANCIA:					
-HASTA BODEGA CONVENIDA					
RECOLECCION:					
-MANIOBRAS DE BODEGA HASTA MODO DE TRANSPORTE CONVENIDO.					
TRANSPORTE (PAIS DE DESTINO):					
-FLETE DE LA ADUANA DE IMPORTACION AL LUGAR DE DESTINO CONVENIDO:					
SEGURO DE TRANSPORTE:					
-HASTA LUGAR DE DESTINO CONVENIDO					
DDU: DELIVERED DUTY UNPAID 1/ (ENTREGADO CON IMPUESTOS SIN PAGAR)					
TRAMITACION DE DOCUMENTOS (EN PAIS DE DESTINO):					
-PERMISOS					
-AUTORIZACIONES					
-CERTIFICADOS					
-OTROS					
IMPUESTOS :					
-DE IMPORTACION (EN CASO DE ESTAR GRAVADO EL PRODUCTO).					
-OTROS DERECHOS (IMPUESTOS)					
DESPACHO ADUANAL:					
-HONORARIOS					
-DOCUMENTACION					
-GASTOS COMPLEMENTARIOS					
OTROS GASTOS:					
-OTROS GASTOS CAUSADOS EN PAIS DE DESTINO					
DDP: DELIVERED DUTY PAID 2/ (ENTREGADO CON IMPUESTOS PAGADOS)					
<p>1/ Se excluyen los aranceles, impuestos de importación y otros gastos oficiales que incluya la importación, se deberá establecer si se contempla el pago de otros impuestos como el IVA.</p> <p>2/ Se incluyen los aranceles, impuestos de importación y otros gastos oficiales que incluya la importación, se deberá establecer si se contempla el pago de otros impuestos como el IVA.</p>					
<p>NOTA: ESTE FORMATO ES UNICAMENTE ENUNCIATIVO POR LO QUE ESTA CONDICIONADO A LAS NECESIDADES DE CADA USUARIO RESPECTO AL CONTRATO Y/O CONTENIDO DEL INCOTERM UTILIZADO.</p>					



BANCOEXOT

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.

HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACION POR VIA TERRESTRE
EN PAIS DE ORIGEN

C O N C E P T O	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES		TIEMPO DIAS
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	
PRECIO DE EXPORTACION EN PLANTA:					
-PRECIO DE VENTA EN PLANTA					
-EMBALAJE DE EXPORTACION					
-MARCAS, NUMEROS Y ETIQUETAS					
EX WORKS (EN FABRICA)					
EXW (...LUGAR DE ORIGEN)					
TRAMITACION DE DOCUMENTOS:					
-PERMISOS					
-AUTORIZACIONES					
-OPINIONES					
-CERTIFICADOS					
-VISAS					
RECOLECCION:					
-MANIOBRAS DE CARGA DE LA BODEGA DEL EXPORTADOR A LA UNIDAD DE TRANSPORTE					
-RENTA DE EQUIPO PARA MANEJO DE PIEZAS PESADAS (SI SE REQUIERE)					
-ACARREO DE LA PLANTA A LA ESTACION FERROCARRIL					
-MANIOBRAS DE DESCARGA EN ESTACION FERROCARRIL					
TRANSPORTE NACIONAL					
-FLETE A LA ADUANA O FRONTERA DE SALIDA					
-MANIOBRA DE UNIDAD DE TRANSPORTE A RECINTO FISCAL					
IMPUESTOS:					
-DE EXPORTACION (EN SU CASO)					
DESPACHO ADUANAL:					
-DOCUMENTACION					
-GASTOS COMPLEMENTARIOS 1/					
-HONORARIOS					
-FINANCIAMIENTO 2/					
SEGURO DE LA MERCANCIA:					
-HASTA RECINTO FISCAL DEL PAIS IMPORTADOR					
DELIVERED AT FRONTIER (ENTREGADO EN FRONTERA) DAF (...LUGAR CONVENIDO)					
1/ Para precio DAF estos gastos se aplicarán sobre el valor factura.					
2/ Este cargo se aplicará sobre el importe que comprobadamente desembolse el agente para cubrir los gastos que genere la operación, el cual podrá evitarse si se anticipan dichos fondos.					
NOTA: ESTE FORMATO ES UNICAMENTE ENUNCIATIVO POR LO QUE ESTA CONDICIONADO A LAS NECESIDADES DE CADA USUARIO RESPECTO A CONTRATO Y/O CONTENIDO DEL INCOTERM UTILIZADO.					



BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.

HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACION POR VIA TERRESTRE
EN PAIS DE DESTINO

BANCOMEXT

C O N C E P T O	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES		TIEMPO DIAS
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	
TRANSPORTE:					
-FLETE DE ADUANA DE IMPORTACION AL LUGAR CONVENIDO					
SEGURO DE TRANSPORTE:					
-HASTA LUGAR DE DESTINO CONVENIDO					
DDU: DELIVERED DUTY UNPAID 1/ (ENTREGADO CON IMPUESTOS SIN PAGAR)					
TRAMITACION DE DOCUMENTOS:					
(PAIS DE DESTINO):					
-PERMISOS					
-AUTORIZACIONES					
-OPINIONES					
-CERTIFICADOS					
-VISAS					
DESPACHO ADUANAL DE IMPORTACION:					
-DOCUMENTACION					
-GASTOS COMPLEMENTARIOS					
-HONORARIOS					
-FINANCIAMIENTO					
IMPUESTOS :					
-DE IMPORTACION (EN CASO DE ESTAR GRAVADO EL PRODUCTO)					
-OTROS DERECHOS (IMPUESTOS)					
OTROS GASTOS:					
- OTROS GASTOS CAUSADOS EN PAIS DE DESTINO					
DDP: (DELIVERED DUTY PAID) 2/ (ENTREGADO CON IMPUESTOS PAGADOS) (... LUGAR DE DESTINO CONVENIDO)					
1/ Se excluyen los aranceles, impuestos de importación y otros gastos oficiales que incluya la importación, se deberá establecer si se contempla el pago de otros impuestos como el IVA.					
2/ Se incluyen los aranceles, impuestos de importación y otros gastos oficiales que incluya la importación, se deberá establecer si se contempla el pago de otros impuestos como el IVA.					
NOTA: ESTE FORMATO ES ÚNICAMENTE ENUNCIATIVO POR LO QUE ESTA CONDICIONADO A LAS NECESIDADES DE CADA USUARIO RESPECTO A CONTRATO Y/O CONTENIDO DEL INCOTERM UTILIZADO.					

2.14 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

El propósito de la promoción es el contactar posibles clientes. Es conveniente que el interesado en exportar Talavera elabore documentos escritos, realice contactos con clientes potenciales via fax, teléfono y cartas con el fin de poder participar en las ferias, lo cual permitirá conocer personalmente a los clientes en cada mercado meta España, Italia, Francia o Alemania.

MEDIOS DE PROMOCIÓN

CATÁLOGO.

Es considerada la forma de promoción más accesible; para elaborarlo debe tenerse en cuenta los siguientes puntos :

1. Describir el producto en forma breve proporcionando la siguiente información :
 - Descripción del producto.
 - Tamaño, diámetro, longitud en centímetros en caso de ser necesario.
 - Materias primas utilizadas.
 - País de origen.
 - Número de referencia o código.
2. Utilizar fotos profesionales de productos, preferentemente a colores, ya que las fotos compensan el hecho de no presentar físicamente las muestras. Los dibujos y los esbozos no dan una buena impresión. Cada producto debe fotografiarse desde su ángulo más importante.
3. Asignar un número de referencia o código a cada producto dentro del catálogo para facilitar los pedidos. Si el producto tiene variaciones (por ejemplo: color, forma o tamaño), asigne un código de referencia.
4. En la portada del catálogo debe aparecer el logotipo de la empresa, el nombre, la dirección, apartado postal y datos de teléfono, e-mail y fax.
5. Incluir una breve descripción de la empresa para los clientes potenciales que aún no la conocen.
6. Colocar los artículos que sean de interés para el mercado al que se van a vender, para esto debe informarse bien sobre los gustos, tendencias y modas, deben conocerse las diferencias de la demanda de acuerdo a la temporada.
7. Deben incluirse en el catálogo los artículos que puedan contar con un alto volumen de ventas y para los cuales cuente con suficiente capacidad de producción y disponibilidad.

8. No sobrecargar el catálogo. Cuando se colocan productos individuales se atrae mejor la atención, no se debe exagerar en el tamaño del catálogo. Este deberá ser enviado por correo y tiene como finalidad ser un documento de pedido.
9. Es importante que el catálogo este en Español, Italiano Francés, Alemán, e ingles, la traducción debe ser realizada por una persona que domine el idioma para evitar errores y dar una imagen profesional.
10. Como los precios pueden variar dependiendo de los cambios de las estructuras de costos, las influencias de la competencia, la demanda y la fluctuación en los tipos de cambio es mejor no indicar los precios en la descripción de los productos, es mejor utilizar una lista de precios separada como anexo al catálogo.
11. Si no se está seguro de los productos que quiere incluir en el catálogo, no debe producirse un documento encuadernado, es mejor una carpeta con hojas sueltas que pueden ser cambiadas o completadas en cualquier momento.

El catálogo debe ir acompañado por una lista de precios, los cuales no deben ser cambiados una vez que la haya mandado al cliente, debe verificarse que todos los precios indicados sean los correctos incluyendo en la lista lo siguiente :

- Logotipo de la empresa, nombre, dirección y el título del catálogo.
- Fecha de elaboración y validez de la lista de precios.
- Número de referencia o código de los productos.
- Descripción del producto.
- Precio por unidad.

El precio debe ser indicado por el exportador de Talavera conforme a un sistema de precios escalonados (descuentos por volumen). Además debido a las fluctuaciones de las monedas, se debe realizar la cotización en UDS o ECUS, debiendo especificar si los precios son : ex-fábrica, FOB, C&F, CIF o DDP.

FERIAS.

Las ferias comerciales especializadas dan la oportunidad a los compradores de realizar sus pedidos en el área de artesanías y artículos de regalo, además de que permiten ver los productos de los competidores y así adaptar los productos y precios al mercado.

Es recomendable que el interesado en exportar Talavera considere a las ferias como un buen medio para mantenerse informado sobre las evoluciones de los productos y los competidores.

Para analizar una feria es importante obtener la siguiente información:

- Si es una feria de consumidores o es una feria nacional.
- Si es una feria internacional, europea, regional o nacional.
- Número de expositores en años pasados y de qué países.
- Número y clasificación de los visitantes.
- Tema de la feria (de acuerdo al número de producto).
- Lugar de la feria.
- Fecha de la feria.
- Costos de participación.
- Tamaño y ubicación del stand en la sala de exposición.

En las ferias comerciales se prohíbe vender los productos o muestras en el campo de ésta, el objetivo principal es exponer las muestras con el propósito de atraer clientes interesados en sus productos y establecer contactos a mediano y largo plazo.

Participar en las ferias europeas como expositor es un recurso costoso, ya que cuesta aproximadamente \$15,000.00 USD por un stand de 12 metros cuadrados en una feria especializada alemana. Además es conveniente considerar que para participar en las principales ferias europeas existe una lista de espera, pues debido a su importancia los stands se encuentran vendidos a empresas que tienen muchos años de estar participando. Por ello, es conveniente que el exportador mexicano de Talavera se ponga en contacto con algún importador de artesanías mexicanas en cerámica, que participe con regularidad en el evento, para lograr promover los productos en la feria, ya que como empresa individual resulta difícil conseguir un stand.

SUGERENCIAS PARA UNA PARTICIPACIÓN EXITOSA EN FERIAS INTERNACIONALES.

- Respetar la fecha límite de inscripción.
- Proporcionar el perfil básico empresarial (SIMPEX- Sistema Mexicano de Promoción Externa).
- Entregar muestrarios debidamente empacados en el tiempo establecido y con la documentación requerida.
- Cumplir con el programa general establecido.
- Dominio del idioma inglés y/o del idioma del país correspondiente.
- Fijar dos personas de la empresa, a fin de que una de ellas atienda a los cliente potenciales en el pabellón y la otra pueda visitar clientes o empresas fuera del evento.
- Contar con tarjetas de presentación, listas de precios en dólares y en idioma inglés.
- Capacitación en comercio Exterior.

MISIONES COMERCIALES

Las misiones de exportación son constituidas por grupos de empresarios mexicanos interesados en exportar productos a uno o más países de una región. Visitan mercados específicos con el fin de contactarse con importadores potenciales identificados por las consejerías comerciales, mediante un programa de entrevistas predeterminado.

SUGERENCIAS PARA UNA PARTICIPACIÓN EXITOSA EN MISIONES COMERCIALES.

- Respetar la fecha límite de inscripción.
- Proporcionar el perfil básico empresarial (SIMPEX- Sistema Mexicano de Promoción Externa)
- Entregar catálogos y listas de precios en Español, Francés, Italiano, Alemán o Inglés, y en USD o ECUS, dependiendo del mercado específico que se va visitar.
- Facilitar muestras, si se requieren.
- Cumplir con el programa de entrevistas.
- Dominio del idioma inglés y/o del país correspondiente.
- Contar con suficientes tarjetas de presentación.
- Si desea entrevistarse con los visitantes extranjeros, comunicarse con los Centros BANCOMEXT.

La participación del exportador de Talavera es una opción interesante para dar a conocer el producto y contactar posibles clientes, para ello será necesario que el interesado se acerque a BANCOMEXT para recibir apoyo y asesoría al determinar la mejor fecha para realizar tal empresa.

CONCLUSIONES



ANEXOS

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Esta guía fue elaborada como auxiliar para los futuros exportadores de Talavera que deseen difundir su artesanía en Europa principalmente. En cada capítulo de la presente investigación se encuentran los pasos más sencillos o más prácticos que se deben seguir para poder obtener éxito en la "aventura" de la exportación.

También se encuentran recomendaciones específicas, no obstante a continuación se presentará un cuadro sinóptico que resume las sugerencias que deberá considerar el futuro exportador de Talavera.

• Canales de Distribución:	<ul style="list-style-type: none"> • Fabricante - Importador - Detallista. • Supermercados.
• Seguros:	<ul style="list-style-type: none"> • El más conveniente es por Daños Físicos o Pérdidas.
• Transporte:	<ul style="list-style-type: none"> • Multimodal. • Marítimo. • Bajo costo • Contratación de un agente.
• Forma de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Carta de Crédito. • Irrevocable. • Seguridad y facilidad de tramitación.
• Empaque:	<ul style="list-style-type: none"> • Debe ser Reciclable. • Cartón Corrugado. • Debe tener en cuentas las consideraciones Ecológicas. • Contener información necesaria para su comercialización.
• Precio:	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación de Costos. • Constantes y Variables. • Producción, Comerciales y Transporte. • Costos de Exportación. • Margen de Utilidad (Precio de Mercado).
• Promoción:	<ul style="list-style-type: none"> • Catálogos. • Ferias. • Misión Comercial. • Directorios.

Es importante considerar que cada sugerencia expuesta anteriormente, tienen su justificación expuesta en cada uno de los capítulos respectivos.

La propuesta central es la unión o la integración de empresas de un mismo ramo para la explotación de un mercado determinado y a continuación mencionaremos la manera de realizarse.

Las empresas pequeñas y medianas del sector manufacturero frecuentemente presentan un problema para exportar, ya que carecen tanto de recursos económicos, como de una escala productiva alta; tal es el caso de las empresas que se dedican a la fabricación de Talavera. Estas empresas a parte de los problemas antes mencionados tienen una limitada capacidad de negociación. Frente a esta circunstancia y para hacer frente a los retos y oportunidades que impone la internacionalización de la compañías, así como la globalización de los mercados, se propone la siguiente estrategia aprovechando la oportunidad que otorga el Gobierno Federal; instrumentando un modelo de cooperación interempresarial : **Modelo de Empresa Integradora.**

Las Integradoras son empresas de servicios especializados, que asocian a personas físicas y morales, preferentemente de escala micro, pequeña y mediana que deseen hacer crecer el negocio para ingresar a mercados internacionales.

Crear una empresa integradora de Talavera:

Consiste en prestar servicios altamente especializados a las empresas asociadas en los aspectos : tecnológico, promoción y comercialización, diseño, subcontratación y financiamiento, exportación, etc.

Con la creación de una empresa integradora se pretende:

- Minimizar costos de producción, de exportación, obtener descuentos por compras de gran volumen, etc.
- Reducción de tramites aduanales y fiscales.
- Incrementar la eficiencia e inducir la especialización de las empresas en algunas de las diferentes etapas del proceso productivo y de exportación.
- Consolidar la presencia de la micro, pequeña y mediana empresa en el mercado interno y principalmente tener participación en el de exportación.

¿CÓMO SE DEBE INSTRUMENTAR UN PROYECTO DE EMPRESA INTEGRADORA DE TALAVERA ?

- Asesorarse en una Institución promotora.
- Apoyarse en una Institución que capacite al grupo empresarial.
- Contratar los servicios de un consultor privado (optativo).
- Los socios potenciales deberán tener solvencia moral.
- Estructurar un plan de negocios.
- Cumplir con los requisitos fiscales.
- Identificar empresas pertenecientes a una misma forma de actividad económica.
- Localización de grupos productores en zonas geográficas determinadas.
- Realización de eventos informativos y de orientación.
- Exaltar las ventajas de las empresas integradoras.
- Difundir los beneficios que se obtienen.

INSTITUCIONES DE APOYO.

- SECOFI.
- SHCP.
- NAFIN.
- BANCOMEXT.
- SCT.
- CONACYT (FIDETEC).
- BANCOMEX (FIRA).
- CENTRO PROMOTOR DE DISEÑO MEXICANO UAM.
- GOBIERNO ESTATAL.
- CONEI.
- CRECES.
- CÁMARAS Y ASOCIACIONES.
- UNAM.
- ITAM.
- GRUPO SERFIN.

De esta manera es como pretendemos establecer una propuesta que le permita a la micro, pequeña y mediana empresa poder ingresar a los mercados internacionales que tanto necesita México alcanzar, y que el mundo de los negocios actual requiere.

APÉNDICE

1. Oportunidades de negocios, para la industria de artículos de regalo.
2. Programa de apoyo a la actividad artesanal, 1991-1994.
3. Censo industrial.
4. <http://www.intracen.org/itc/virtexib/vexhib.2htm/>
5. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.
6. Guía Básica del Exportador.
7. Guía de Exportación.
8. Tableware, Kitchenware and Household Articles of Wood, Metals, Glass and Plastic.
9. Gifts and Decorative Articles.
10. Italia, Perfil de Artesanía de Cerámica.
11. Alemania, Perfil de mesa y decoración de cerámica.
12. Mercado Interior (Una nueva política comunitaria de normalización).

GLOSARIO

l pg = 2.54 cm

l Pie = 12 pg

Acuerdo General sobre aranceles y comercio (GATT): Acuerdo establecido en Ginebra en 1947, el cual regula todas las relaciones comerciales de los países miembros; teniendo como meta principal la liberación del comercio internacional. En la actualidad se le denomina Organización Mundial de Comercio (OMC).

Acuerdo preferencial: Pacto entre naciones, en la cual las partes firmantes se conceden mutuamente condiciones favorables en materia comercial, aduanera, etc.

Aduana: Unidad administrativa que se encarga de aplicar la legislación vigente relativa a la importación y exportación de mercancías y a los otros tratamientos aduaneros; así como de recaudar y hacer percibir los gravámenes que le sean aplicables.

Agente aduanal: Persona que por en cargo de otra (exportador o importador) realiza en la aduana los trámites concernientes al despacho de mercancías.

Amortización de préstamos: Determinación de los pagos anuales iguales requeridos para proporcionar al prestamista un rendimiento por el interés especificado, así como el pago del capital principal inicial al cabo de un periodo determinado.

Arancel cuota: Mecanismo que establece la aplicación de cierta tasa arancelaria derivada de las importaciones de un producto hasta determinada cantidad y una tasa diferente a las que se excedan en esta.

Arancel: Es un impuesto o derecho de aduana, que se cobra sobre una mercancía cuando ésta es importada o exportada

Arrendadora Financiera: Es una entidad que mediante un contrato se obliga a adquirir los bienes pactados y conceder su uso o goce temporal a una persona, quien hará pagos parciales para cubrir el costo de los bienes, los intereses y otros gastos.

BANCOMEXT: Banco Nacional de Comercio Exterior.

Carta de crédito: Instrumento que emite un banco, teniendo como beneficiario al exportador mediante el cual dicho banco se compromete a pagar al beneficiario una suma de dinero establecida con anterioridad, a cambio de que éste haga entrega de los documentos de embarque en un periodo determinado de tiempo. Es conocido también como crédito comercial o en voz inglesa por *letter of credit (L/C)*.

Carta de instrucciones: Indicaciones por escrito que da el destinatario para importación o el remitente en exportación según se tenga el caso, al agente aduanal.

Certificado de origen: Formato especial mediante el cual el exportador de un bien o una autoridad certifica que éste es originario de una región por haber cumplido con todas las reglas de origen establecidas. Este documento se exige en el país de destino con el único objeto de determinar el origen de las mercancías a fin de poderles aplicar los correspondientes gravámenes arancelarios que procedan (puede existir un tratamiento preferencial en zonas de libre comercio, acuerdos, sistema generalizado de preferencias, etc.), y de controlar los contingentes arancelarios concedidos a las importaciones procedentes de un país determinado o para determinar la aplicación o no de cuotas compensatorias. Su nombre en inglés *Certificate of Origin*.

CFR: Cost and Freight (Costo y flete).

CIF: Cost, Insurance and Freight (Costo, seguro y flete).

CIP: Carriage and Insurance Paid To (Flete y seguro pagado a:).

Cobertura : Cantidad líquida en la moneda establecida que cubrirá una compañía de seguros, en caso de acontecer alguna de las contingencias indicada en la respectiva póliza.

COMESSEC: Compañía Mexicana de Seguros de Crédito.

COMPEX: Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones.

CONACYT: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

CONEI: Consejo Nacional de Empresas Integradoras.

Conocimiento de embarque: Documento que justifica el contrato de transporte por mar de una mercancía y que permite al tenedor reclamar la entrega de la misma. Extendido a la orden o al portador es transferible y, por tanto, negociable, para la cual, sin embargo, debe ser nominativo.

Consignatario: Persona designada por el expedidor de la mercancía para que se haga cargo de ella y la entregue al destinatario; el consignatario y el destinatario podrán ser la misma persona física o moral, si así lo determina el remitente de la misma.

Contenedores: Embalaje metálico grande y recuperable, de tipos y dimensiones acordados internacionalmente conocido también como *containers en inglés*.

Contrato de compra-venta: Acuerdo de voluntades mediante el cual habrá compra-venta de un producto o servicio. Uno de los contratantes se obliga a transferir la propiedad de dicho bien o servicio, y el comprador, a su vez, se obliga a pagar por ello un cierto precio y en dinero.

CPT: Carriage Paid To (Flete pagado a:).

CRECES: Centros Regionales para la Competitividad Empresarial.

DAF: Delivered at Frontier (Entregado en frontera).

DDP: Delivered Duty Paid (Entregado con impuestos pagados).

DDU: Delivered Duty Unpaid (Entregado sin impuestos pagados).

DEQ: Delivered Ex-Quay [Duty Paid] (Entregados en muelle - derechos pagados).

DES: Delivered Ex-Ship (Entregado fuera del barco).

ECU: European Currency Unit (Unidad Monetaria Europea, (CE)).

MONEDA	PAÍS	ECU
Ptas	España	0.61/ 100
L	Italia	5.27/10,000
Ffr	Francia	15.36/ 100
DM	Alemania	51.82/ 100

FUENTE: ABN/AMOR Banco, 1 Enero 1997.

Embalaje: Todo aquello que envuelve, contiene y protege los productos envasados, y que facilita, protege y resiste las operaciones de transporte y manejo.

Empresa de Factoraje: Es una entidad llamada factor que compra a un cliente llamado cedente su cartera que puede estar representada por facturas, listados, contra recibos, a través de un contrato. El cedente debe notificar a sus clientes para que le paguen al factor. El factoraje permite recuperar el importe de su cartera sin tener que esperar a su vencimiento para cobrarla.

Envase: Recipiente adecuado para proteger y conservar al producto.

Etiqueta: Todo rótulo, inscripción, marca, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, ya sea que este inscrita, impresa, marcada, grabada en relieve o hecograbado o adherida a un envase que identifica al producto.

Exportación: Salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva.

EXW: Ex Work (En fábrica).

Factura comercial: Documento en el que se fija el importe de la mercancía vendida, se señalan las partes compradoras y vendedoras, e incluye la cantidad y descripción de los productos de acuerdo a lo convenido entre las partes.

FAS: Free Alongside Ship (Libre junto al barco).

FCA: Free Carrier for Carrier (Transporte libre de porte).

FOB: Free on Board (Libre a Bordo).

Gravamen: Impuesto aduanero o cualquier otro recargo de efecto equivalente, sea de carácter fiscal, monetario o cambiario, que incida sobre las importaciones.

Guía aérea: Documento que ampara un embarque que se transporta por vía aérea, y se conoce más por su nombre en inglés *airway bill*.

Incoterms (International Commercial Terms): Conjunto de términos y sus reglas, aprobadas por la Cámara de Comercio Internacional de París, que establece las condiciones de compra-venta internacional.

Lista de empaque: Relación detallada del número de bultos y de su contenido, en un embarque.

Multimodal: Es el porte de mercancías a través de dos o más medios de transporte, desde un lugar situado en un país en el cual un sólo transportista se responsabiliza de tomar las mercancías bajo su custodia, hasta un lugar designado para su entrega en otro país, cobrando un flete único y amparándolas solamente con un documento.

NAFIN: Nacional Financiera.

Pallet: Tarima.

Pedimento: Forma oficial aprobada por la SHCP, en donde se asientan los datos referentes al régimen aduanero al que se destina la mercancía, y los necesarios para la determinación y el pago de los impuestos al comercio exterior y de cuotas compensatorias.

SCT: Secretaría de Comunicaciones y Transporte.

SECOFI: Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

SGP: Sistema Generalizado de Preferencias.

SHCP: Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

SIMPEX: Sistema Mexicano de Promoción Externa.

Unión de Crédito: Es una entidad formada con un mínimo de 20 socios, su finalidad principal es suplir carencias que en lo individual no pueden satisfacer pero que agrupados es más factible cubrir.

AGRADECIMIENTOS

Delegación de la Comunidad Europea.

BANCOMEXT.

Uriarte Talavera.

Agencia Aduanal LOGIS.

SECOFI.

COTRAMEX.

FONART.

SIMPEX.

Embajada de España.

Embajada de Italia.

Embajada de Francia.

Embajada de Alemania.

INEGI.

Y muy especialmente a la L. A. E. Laura Estela Fischer de la Vega.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS.

FRANCIA, MERCADO DE PRODUCTOS MEXICANOS

Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
1995.

ALEMANIA, PERFIL DE ARTÍCULOS DE MESA Y DECORACIÓN DE CERÁMICA

Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
1995.

ITALIA, PERFIL DE ARTESANÍA DE CERÁMICA

Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
1997.

ARTE POPULAR MEXICANO AL ESTILO FONART

Fondo Nacional para el Fomento de las Artes
1992.

GUÍA PRÁCTICA PARA EL MANEJO DE CARTAS DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN

Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
1997.

GUÍA PRÁCTICA PARA LA ELABORACIÓN DE UN CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL DE MERCANCÍAS

Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
1997.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS, PARA LA INDUSTRIA DE ARTÍCULOS DE REGALO

Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
1997.

OPORTUNIDADES EN EL MERCADO INTERNACIONAL PARA LOS PRODUCTOS MEXICANOS

Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
1998.

REQUISITOS ADMINISTRATIVOS PARA LA EXPORTACIÓN

Rodríguez Trigueros, Julio
Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
1997.

MEDIOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

López Zavala, Jesús
Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
1997.

MERCADOTECNIA EN ACCIÓN

Cravens, David W.; Woodruff, Robert B.
Ed. Addison-Wesley Iberoamericana
Vol.1, 1991.

ANUARIO ESTADÍSTICO DEL COMERCIO EXTERIOR DE LOS E.U.M., 1995

XIV Censo Industrial, Industrias Manufactureras, Productos y materias Primas
Subsector 36. Productos MInerales no metálicos
I.N.E.G.I.,
México, Septiembre 1996.

GUÍA DE EXPORTACIÓN

ed. 1996.
Eurocam [Asociación Mexicana de Cámaras de Comercio e Industria de Países de la Unión
Europea].

MERCADO INTERIOR

Situación al 1ro de Julio de 1994.
Una nueva política comunitaria de normalización.
Comunidad Europea.

CBI EXPORT PLANNER

A comprehensive guide for prospective exporters in developing countries 25 years.
[Center for promotion of Imports from developing countries]
3ed, CBI Rotterdam, The Netherlands 1997.

PACKAGING MANUAL

An European Manual for exporters in developing countries.
CBI Rotterdam, The Netherlands August 1997.

EXPORTAR A LA UNIÓN EUROPEA

Los Países Bajos como puerta de acceso a Europa.
[Centro para la promoción de las importaciones de países en desarrollo]
CBI Rotterdam, The Netherlands.
November 1996.

GIFTS AND DECORATIVE ARTICLES

A survey of the Netherlands and other major markets in the European Union
[Centre for the promotion of Imports from developing countries]
Ronald W. van den Bosch.. November 1997.

**TABLEWARE, KITCHENWARE AND HOUSEHOLD ARTICLES OF WOOD,
METALS, GLASS AND PLASTIC**

A survey of the Netherlands and other major markets in the european union.
Market survey by: R. W. van den Bosch. The Hague.
November 1996.

CENSO INDUSTRIAL

Industrias manufactureras extractivas y electricidad.
Censo económico 1994, INEGI.

**ENCUESTA NACIONAL DE INGRESOS Y GASTOS DE LOS HOGARES
ENIGH-94 INEGI.**

EXPO MÉXICO 1998

Calendario de Ferias y Exposiciones.
SECOFI.

GUÍA BÁSICA DEL EXPORTADOR

BANCOMEXT
Sed. México .1997.

CATÁLOGOS.

CATÁLOGO DE PUBLICACIONES, BANCOMEXT

Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
1998.

CATÁLOGO DE PUBLICACIONES 1989 - 1994

Ed. Secretaria de Comercio y Fomento Industrial,
1994.

CATÁLOGO DE ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN

Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
Diciembre 1997.

PROGRAMAS.

PROGRAMA NACIONAL DE EVENTOS INTERNACIONALES 1998

Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
1998.

PROGRAMA DE APOYO A LA ACTIVIDAD ARTESANAL, 1991 - 1994
Secretaría de Comercio y Fomento Industrial,
1991.

PROGRAMA DE OPERACIONES DE CRÉDITO DE SEGUNDO PISO
Nacional Financiera, S.N.C.

REVISTAS.

ARTES DE MÉXICO, LA TALAVERA DE PUEBLA
Aportación Cultural de Uriarte Talavera.
Edición Especial (2ª edición),
No. 3, 1995.

NEGOCIOS INTERNACIONALES, BANCOMEXT
"Asegure su Cobro, Protéjase con una Carta de Crédito"
Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.,
No. 73, Abril de 1998.

PERIÓDICOS.

REFORMA
"Hecho en México", Exportación, Comercio y Calidad,
Miércoles 25 de marzo de 1998.

BOLETINES.

NOTICOMPEX
"Eventos Internacionales febrero - marzo 1997"
Ed. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial,
No. 12, Diciembre 1997.

INFOCOMPEX
"Nuevo esquema de apoyo para su participación en eventos internacionales ¡Aprovéchelo!";
"Nuestras Artesanías en los mercados extranjeros. Alfarería mexicana sin plomo en el extranjero";
"Talavera ANSAR, exporta desde vajillas hasta azulejos";
Ed. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial,
No. 6, Noviembre - Diciembre 1997.

DIRECCIONES DE INTERNET.

<http://www.talavera.com/uriarte/history.htm>
<http://www.intracen.org/itc/virtexib/comprof/anzar1.htm>
<http://www.folkart.com/~latitude/talavera/talavera.htm>
<http://www.multip plaza.com/casamexicana/index.htm>
<http://www.talavera.com/talavera/influ.htm>
<http://www.intracen.org/itc/virtexib/vexhib2.htm/>
<http://www.red2000.com/spain/primer//fest.htm/>
<http://www.mor.itesm.mx/~al310418/>
http://www.gem.uaemex.mx/ed/19/ed6_1b4.html
<http://www.secofi.gob.mx/artesas.htm>
http://www.secofi-siem.gob.mx/SIEM_98/TNIT/estadisticas/act2.asp?lng=0
<http://www.bancomext.com.mx>
<http://www.mexico.businessline.gob.mx>
http://www.mexico.businessline.gob.mx/esp/lin_compra.htm
<http://www.mexico-businessline.com.../cgis/prinprod.p?c=691390&d=691390>
<http://www.mexico-businessline.com/cgi-bin/diex.sh/cgis/prindes.p>
<http://www.mexico-businessline.com...p?producto=691390&descrip=Cerámica>
http://www.mexico-businessline.com...rámica&fraccion=691390&band_frac=1