



**UNIVERSIDAD POPULAR AUTONOMA DEL ESTADO DE
PUEBLA**

COMERCIO INTERNACIONAL

**PROYECTO DE EXPORTACION DE PAPEL HECHO A BASE DE
HIERBAS Y FLORES**

TESIS

que para obtener el Título de:

LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

Presenta:

AIDE MARIANA SALOMÓN VILLAR

Análisis realizado para: "Rosmarinus" Finca de Hierbas y Flores

H. Puebla de Zaragoza, noviembre 2001



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyla**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

El uso de textos, imágenes, gráficas, 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 de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Gracias a Dios por haberme dado esta oportunidad.

Gracias a mi esposo por su ayuda, apoyo y comprensión.

Gracias a mis padres y a mi hermano por haberme apoyado incondicionalmente.

Gracias al Mtro. José Francisco Villarreal Reyna por su asesoría y ayuda.

Gracias a Patricia Villar por su apoyo.

Indice

Resumen Ejecutivo	1
Capítulo 1 Análisis de La Empresa	3
1.1 Misión.....	4
1.2 Antecedentes.....	4
1.3 Objetivos.....	7
1.4 Metas.....	7
1.5 Programa.....	7
1.6 Organización Legal.....	8
1.7 Organigrama.....	10
1.8 FODA.....	12
 Capítulo 2 Producto	 14
2.1 Descripción.....	15
2.2 Naturaleza del Producto.....	15
2.3 Proceso.....	18
2.4 Productos de ROSMARINUS.....	23
2.5 Estrategia de Introducción al Mercado Meta.....	30
2.6 Desarrollo e Investigación del Producto.....	32
 Capitulo 3 Análisis De Mercado	 34
3.1 Mercado Meta Extranjeros que se han seleccionado.....	35
3.2 Matriz para la Selección del País.....	36
3.3 Estadísticas de Importación de Estados Unidos.....	37
3.4 Descripción de la Industria del Mercado Meta.....	39
3.5 Consideraciones Políticas y Legales.....	44
3.6 Consideraciones Económicas.....	45
3.7 Consideraciones Culturales y Sociales.....	47
3.8 Mercados Meta.....	49
3.9 Investigación de Mercado.....	57
3.10 Competencia.....	61
3.11 Barreras para Ingresar al Mercado que ROSMARINUS debe superar.....	63
3.12 Barreras que ROSMARINUS debe erigir para defender su participación en el Mercado	63
 Capítulo 4 Operaciones	 65
4.1 Consideraciones Internacionales.....	66
4.2 Estrategia de Comercialización.....	70
4.3 Precio.....	71
4.4 Promoción.....	72
4.5 Consideraciones sobre el Producto.....	75

Capítulo 5 Riesgos Críticos.....	80
5.1 Riesgos Internos.....	81
5.2 Riesgos Externos.....	83

Capítulo 6 Proyecciones Financieras.....	86
6.1 Balance General con Proyecciones a 5 años (supuesto).....	87
6.2 Estado de Resultado con Proyecciones a 5 años (supuesto).....	89
6.3 Razón Circulante (supuesto).....	90
6.4 Prueba del Acido (supuesto).....	92
6.5 Razón de Deuda Total (supuesto).....	94

Anexo 1	Tabla de hierbas y flores con las cuales se realiza el papel ROSMARINUS
Anexo 2	Certificado de Origen del TLCAN
Anexo 3	Información de posibles clientes en otros estados de Estados Unidos
Anexo 4	Historia del Papel
Anexo 5	Tipos de Transporte
Anexo 6	Carta de Crédito de Exportación
Anexo 7	Documentación de Exportación

RESUMEN EJECUTIVO

Conforme la realización de este proyecto me he podido dar cuenta que ROSMARINUS es una empresa de origen familiar la cual ha ido creciendo rápidamente durante los últimos diez años con su diversidad de productos.

El papel hecho a mano con flores ha formado parte importante de este crecimiento por ello es de vital importancia para la empresa comenzar operaciones internacionales ya que ha cumplido con varias de sus metas y objetivos en el ámbito nacional y debido a la gran oportunidad que representa la exportación del papel.

ROSMARINUS ha puesto mucho de su parte para disminuir y tratar de eliminar las debilidades contenidas en el análisis FODA por lo cual mejoró su imagen corporativa y con la apertura de sus nuevas tiendas ha dado promoción y difusión a sus productos. En cuanto a las amenazas también la empresa ha estado trabajando en ellos por lo que ha podido controlar todas estas excepto los desastres naturales que por obvia razón no son controlables.

Es importante mencionar que por las características y que beneficio del papel hecho a mano con flores puede ser utilizado para un sin fin de cosas, como son:

El uso del papel como tal o bien conformando diversos productos como caja de regalos, invitaciones, tarjetas de ocasión. Por ello también cuenta tanto la industria del papel como la industria del regalo dentro de la investigación.

Al obtener las estadísticas de importación de varios países verifiqué que Estados Unidos es el País con mayor potencial de mercado y tanto la industria del papel como la industria del regalo en Estados Unidos gira en torno a 5 mercados internos más importantes por ello los seleccioné como mercados meta potenciales, para tomar la decisión sobre a cuál de estos cinco mercados internos a elegir, investigué las estadísticas de importación de los últimos años para varios factores importantes otorgué una ponderación a cada uno

dependiendo del factor y su realidad en cada mercado potencial, lo calificué con valores y lo multipliqué con la calificación y el mercado que obtuvo el mayor total fue el que representó la mejor opción.

Al saber con exactitud que California es el que más potencial tiene, busqué algunos posibles clientes y dado que trabajé en una comercializadora, encontré algunas oportunidades para la exportación del papel ROSMARINUS.

Sin embargo está en manos de los dueños decidir y contactarse con dichos posibles clientes de los cuales presento su información, también muestro varios nichos de mercado con sus porcentajes de consumo dentro de California los cuales podrían ser penetrados más adelante conforme las operaciones internacionales vayan en incremento. Además conseguí datos de posibles clientes en la Unión Americana los cuales podrían ser importantes para la empresa (**VER ANEXO 3**)

Dado lo analizado a lo largo de este proyecto pienso que es viable la exportación del papel hecho a mano con flores por parte de ROSMARINUS ya que la empresa no incurriría en gastos extras por comenzar sus operaciones internacionales por el contrario incrementaría sus ventas y en consecuencia sus utilidades.

ANALISIS DE LA EMPRESA

MISION

- Nosotros en la empresa ROSMARINUS estamos comprometidos a estudiar y recuperar el conocimiento sobre las plantas, difundirlo a la sociedad actual inculcándoles una cultura sobre sus diversos usos, la utilidad de las mismas y a proveer un producto de alta calidad para un mercado internacional específico a un precio razonable

ANTECEDENTES

ROSMARINUS es una Finca de Hierbas y Productos Herbales que se dedica a la elaboración de productos de belleza, papelería, regalos, especies para cocina y aromaterapia, por medio del cultivo de plantas de varias regiones del mundo; otra actividad de esta finca es proveer a jardines botánicos en la República Mexicana como al jardín botánico de la Benemérita Universidad Autónoma del Estado de Puebla y el de la Universidad Nacional Autónoma de México, sin embargo el origen real de esta empresa es familiar, con dos generaciones anteriores a los actuales propietarios.

Esta empresa tiene sus inicios en 1993; en esta fecha se comenzó con la construcción y siembra del jardín botánico y en 1995 se establece formalmente la empresa en el estado de Puebla, con dirección en 6 poniente

4709, Col. Aquiles Serdán, teniendo en este lugar sus oficinas centrales mientras que el jardín botánico se ubica en Buenotla, Cholula; con la idea de estudiar a las plantas y educar a las personas creándoles una cultura sobre el conocimiento y los diversos usos de las hierbas y flores. Actualmente cuenta con 300 variedades de plantas y flores de todo el mundo. Este jardín empezó con plantas como: el romero, tomillo, menta, cebollín, geranio, lavanda, albahaca, abantia, hinojo, imeldo, saponaria, pacifloro entre otras. La manera en que la empresa adquiere las semillas es por medio de un correo mundial de semillas en Gran Bretaña, tardándoles en llegar como máximo un mes el envío.

Actualmente ROSMARINUS atiende diversos mercados dentro de la república mexicana teniendo un incremento constante en sus ventas nacionales y por lo tanto en sus utilidades, de ahí que los dueños están interesados en ampliar el mercado con la exportación de uno de sus tantos productos el "papel" por ser un producto innovador, de calidad y que está de moda.

Esta empresa pertenece a diversas asociaciones entre las cuales destacan como las más importantes:

- Asociación Botánica Herbolaria
- Asociación Mexicana de Jardines Botánicos A. C.
- Herb Society of United Kingdom
- Garden Plants Society of United Kingdom

La idea del nombre de la empresa surgió del nombre científico del Romero, ya que esta planta por sus propiedades es considerada “ la planta del recuerdo”.

Algunos de sus clientes más importantes son, entre otros:

- Papelería Lozano
- Papelería Torres
- Tienda de la UDLAP y sus Jardines Botánicos
- Jardín Botánico de la BUAP

Otros clientes en el interior de la República son:

- Tienda del Jardín Botánico de la UNAM
- Gramática Visual S.A. de C.V. en México, D.F.
- Ciudad de Mérida, Yucatán
- Cancún, Quintana Roo
- Jardín Botánico de Jalapa, Ver

Cabe destacar que Rosmarinus se encuentra en una etapa de rápido crecimiento además de la continua investigación y el desarrollo para elaborar nuevos e innovadores productos.

OBJETIVOS DE ROSMARINUS

- El estudio de las plantas y sus diversos usos
- Re-educar a las personas sobre la cultura acerca del uso de las plantas
- Hacer crecer la empresa y darla a conocer
- Crecimiento en el ámbito estatal
- Expansión en el ámbito nacional e internacional

METAS

- Tener ventas fijas en: Mérida, Veracruz, México, León, Baja California, Guadalajara y Monterrey.
- Abrir una o dos tiendas más dentro de la ciudad de Puebla.
- Dentro de un lapso de tres a cinco años de ser posible, manejar el concepto de franquicias.

PROGRAMA

PRODUCCION: de acuerdo con las cosechas de cada mes, tomando en cuenta la temporada de las plantas, conforme se cosechan estas se pasan al área de producción donde se distribuyen para que sean elaborados los diferentes artículos.

ORGANIZACION LEGAL

ROSMARINUS se encuentra constituida ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público por el Sr. Eduardo Peláez registrándose como **Persona Física con Actividad Empresarial**, esto se debe en gran medida, a que en su tiempo no contaron con el capital necesario para formar una Sociedad Anónima y porque contablemente es más fácil llevar el control.

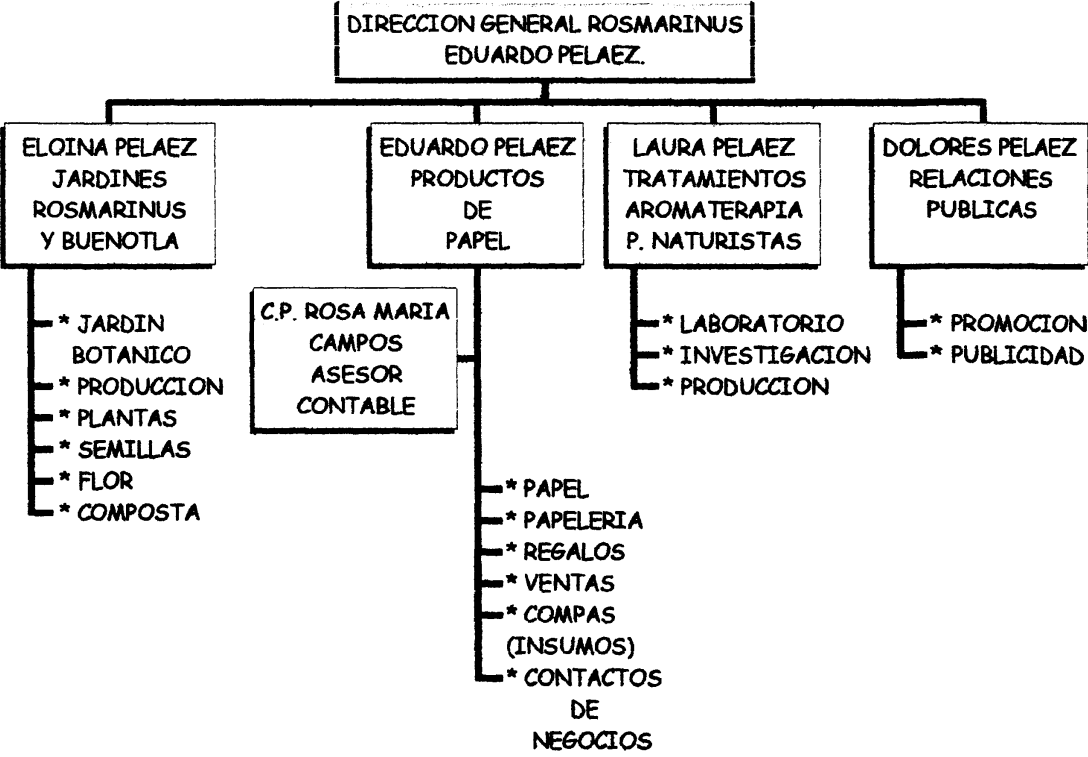
ROSMARINUS es una empresa catalogada como Empresa Familiar debido a que son cuatro hermanos los cuales se encuentran a cargo de la misma. En la Dirección General se encuentra el Ing. EDUARDO PELAEZ por ser él quien se encuentra registrado ante la SHCP y por otro lado es quien decide en base a las prioridades de cada área y de la empresa en general cómo se destinarán los recursos, el Ing. Eduardo a su vez es el encargado del área de Productos de Papel también es el responsable de las compras de insumos para toda la empresa, las ventas de todos los productos, la administración de la empresa así como la de establecer contacto de negocios; ésta área se encuentra complementada con un departamento auxiliar de Contabilidad a cargo de la C.P. Rosa María Campos.

El departamento de Relaciones Públicas está a cargo de DOLORES PELAEZ de quien depende la promoción y la publicidad tanto de la empresa como de todos los productos. LAURA PELAEZ es la encargada del área de tratamientos, aromaterapia y productos naturistas, de igual manera, de ella

dependen el laboratorio y las investigaciones necesarias para nuevos productos así como su producción. Por último se encuentra ELOINA PELAEZ quien tiene a su cargo los jardines de Rosmarinus en Puebla y Buenotla en Cholula, de ella depende la aclimatación de las semillas y/o plantas, la siembra, cultivo, secado, prensado de plantas, composta, investigación y producción de su nueva línea de jabones naturales.

Las decisiones son tomadas por los cuatro hermanos, debido a que cada uno posee una cuarta parte de la empresa en proporciones iguales; aunque legalmente exista un solo director general y no esté constituida en Sociedad Anónima. Las decisiones son tomadas en base a las necesidades y/o prioridades de cada área, si bien todas son iguales de importantes, se le dará una solución más rápida a aquel problema que pueda afectar la producción. La mayor parte de las decisiones son tomadas por consenso general.

ROSMARINUS



ORGANIGRAMA DESCRIPTIVO DE ROSMARINUS	
P U E S T O	F U N C I O N
DIRECCION GENERAL	Area a cargo del Ing. Eduardo Peláez, en la cual se establecen los lineamientos a seguir, las decisiones de compras, ventas, contactos, etc. ; se toman también las decisiones de carácter financiero así como contables
JARDINES	Area a cargo de la Sra. Eloina Peláez, quien coordina los jardines de Rosmarinus y Buenotla en Cholula, aclimatando las semillas, plantándolas, cuidando las plantas así como cultivar y cosechar las mismas para sus diferentes usos dentro de los distintos productos que se elaboran.
PRODUCTOS DE PAPEL	Area a cargo del Ing. Eduardo Peláez, quien coordina la producción y elaboración de los diversos productos hechos a base del papel que se produce en Rosmarinus. Venta de todos los productos. Compra de los insumos necesarios para las operaciones de Rosmarinus. Establecer los contactos de negocios.
TRATAMIENTOS, AROMATERAPIA Y PRODUCTOS NATURISTAS	Area a cargo de la I.Q. Laura Peláez, quien coordina la investigación de laboratorio, así como la elaboración de todos los tratamientos naturales y de aromaterapia que se comercializan dentro de Rosmarinus.
RELACIONES PUBLICAS	Area a cargo de la Sra. Dolores Peláez, quien coordina todo lo referente a la promoción y publicidad de Rosmarinus así como de todos los productos que ahí se elaboran.
ASESORIA CONTABLE EXTERNA	Area externa a cargo de la C.P. Rosa María Campos, quien presta sus servicios a Rosmarinus en todo lo que se refiere a cuestiones contables.

Enseguida se muestra un análisis comparativo sobre las fortalezas y debilidades internas de la empresa, así como oportunidades y amenazas externas.

F O D A

FORTALEZAS • Novedad en sus productos • Originalidad en sus productos • Unidad y diversidad de productos • Precios bajos / competitivos • Productos orgánicos / naturales • Calidad en sus productos • Jardín botánico propio	DEBILIDADES • Imagen corporativa pobre • Escasa difusión • Falta de liquidez • Falta de canales de distribución adecuados
OPORTUNIDADES • Crecimiento • Nuevos productos • Acceso a mercados internacionales • Apertura de nuevas tiendas • Diversidad de mercados • Posible venta de franquicias • Amplio mercado nacional	AMENAZAS • Desastres naturales • No hay cultura de plantas • Plagas

Tomando en cuenta estas variables, se podrá aprovechar al máximo las capacidades de la empresa así como corregir los puntos débiles logrando con esto un nivel competitivo en el ámbito internacional.



FACHADA ROSMARINUS

LOGOTIPO ROSMARINUS



PRODUCTO

DESCRIPCIÓN

Fracción arancelaria que Estados Unidos Utiliza para importar este tipo de papel ya que no existe ninguna que especifique "papel hecho a mano con flores":

48021000 —handmade paper and paper board

La cual es obtenida de la sección de fracciones arancelarias del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y corroborada por la Agencia Aduanal Del Castillo Velasco y Asociados.

NATURALEZA DEL PRODUCTO

De acuerdo con el autor del libro de Evaluación de Proyectos Baca Urbina, en el cual comenta que los productos pueden clasificarse desde diferentes puntos de vista el papel hecho a mano con flores es un producto de conveniencia, es decir que su compra no es planeada y se compra por novedad o por impulso. Aunque también el papel Rosmarinus puede ser comprado por comparación, porque hay personas a las que les interesa la presentación, el estilo y el precio del producto para poder decidir la compra.

Este papel presenta una oportunidad para desarrollar diversos artículos que posteriormente podrían ser industrializados.

El papel hecho a mano con hierbas y flores de Rosmarinus es de muy buena calidad por lo que puede competir con cualquier papel de este tipo. Una de las ventajas competitivas que éste papel tiene sobre los competidores es la relación entre el costo y el precio, los cuales son más bajos.

También cabe mencionar que entre los logros más significativos que se han obtenido al elaborar el papel, es el hecho de que una de las caras del pliego queda lisa y la otra con textura rugosa, lo cual permite al comprador elegir entre cualquiera de estas para su uso, característica que la competencia no tiene.

Otra cualidad importante en cuanto a calidad y diseño, es que por su consistencia, el papel permite usar diversos tipos de tintas y pinturas las cuales son absorbidas sin ser dispersas.

En cuanto a las ventajas de diseño, el acabado tiene un rasgo importante que permite ofrecer las hojas y/o pliegos con bordes refinados o sin refinar.

ROSMARINUS buscará tener un seguimiento en la investigación y desarrollo de sus productos para poder mantener sus ventajas competitivas en el futuro.

Tomando en cuenta las actuales tendencias de los productos de papel a nivel internacional, se deben considerar diferentes factores -tanto a favor como en contra- a los que se encuentran expuestos los diferentes productos que se comercializarán en mercados extranjeros; dichos productos encuentran ventajas y desventajas en comparación con la competencia, tecnología de elaboración, control de calidad e innovaciones así como también a la imitación de productos, marcas y nombres, robo de ideas, etc.

Haciendo referencia a los puntos mencionados anteriormente, la empresa está esperando respuesta favorable sobre la aprobación del registro de marca: "ROSMARINUS FINCA DE HIERBAS Y PRODUCTOS HERBALES". Este registro se está realizando ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (I M P I) para verificar que ninguna otra empresa se encuentre registrada con este nombre, y así poder quedar inscritos bajo esta razón social, obteniendo todos los derechos y obligaciones que esto conlleva en nuestro país.

El IMPI dispone también de fondos documentales relativos a marcas tramitadas en otros países, principalmente en Canadá y los Estados Unidos. Esta información puede consultarse en el Departamento de Búsquedas, Fondos Documentales y Microfilms, la consulta resultaría de mucha utilidad para la empresa cuando posea la marca registrada en México, para ampliar sus posibilidades en el mercado meta debido a que las marcas registradas en México no son válidas en Estados Unidos. Tener la marca registrada en el

mercado meta es una gran ventaja competitiva ya que sirve como protección para el producto en dicho mercado.

PROCESO

El componente fundamental del papel es la celulosa y utilizando ésta, ya sea de papel reciclado, fibras vegetales o trapos, se logra papel de calidades, texturas y colores diferentes de acuerdo al material que se utilizó.

ELEMENTOS NECESARIOS

AGUA

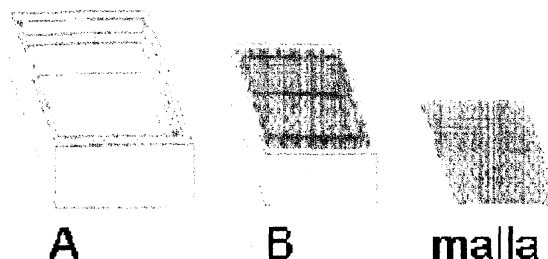
Es fundamental para este tipo de tareas contar con agua suficiente sin la cual es imposible realizarlas.

PAPEL

Cualquier tipo de papel en desuso, pues la idea es recuperarlo.
(éste debe estar cortado en pequeños trozos para su mejor procesamiento)

BASTIDOR O CEDAZO

Según el grabado: las medidas son de acuerdo al tamaño de hoja que se quiere lograr:



PLANCHAS DE MADERA O LAMINADO PLASTICO

Estas se utilizarán para prensar las hojas recién confeccionadas.

TROZOS DE TELA, FIELTRO, RETAZOS DE SABANAS

Sobre estos se ubicarán las hojas al retirarlas del cedazo. La cantidad deberá ser mayor que la cantidad de hojas recicladas.

RECIPIENTE DE PLASTICO, VIDRIO O LOZA

Tamaño suficiente para que el bastidor entre con facilidad.

LICUADORA

Para moler la pasta.

BALDE PLASTICO

En el se maceran los trozos de papel a utilizar.

PALOTE DE AMASAR

Para alisar las hojas una vez ya secas.

PROCEDIMIENTO

1^{er} PASO:

Se rompe el papel en trozos pequeños, se colocan en el recipiente con agua caliente y se desmenuzan con la mano lo más posible.

Se dejan así hasta que el papel haya absorbido bastante agua y esté blando.

Se licua la preparación anterior hasta obtener una pasta homogénea y cremosa

2° PASO:

Se monta el bastidor **A** sobre la cara cubierta del bastidor **B** de manera que calce justo.

3^{er} PASO:

Se llena un recipiente grande con agua aproximadamente 10 cm o hasta que sumergiendo el bastidor el agua sobrepase sólo un poco del nivel de la **mall**a del bastidor **B**, de esta manera se verá cómo la pulpa, con la acción del agua, se distribuye uniformemente sobre la **mall**a, favoreciendo la calidad del papel.

4° PASO:

Introducir los bastidores montados en el recipiente con agua, sujetándolos con una mano mientras con la otra verter un cucharón de la pulpa sobre él.

Esto también se puede realizar llenando el recipiente con más cantidad de agua y sumergiendo el bastidor dentro de ella, se levanta de manera que algo de pasta haya quedado en él.

Se realiza un movimiento de vaivén para acomodar la fibra.

En este momento agregan hierbas, flores ó semillas.

5° PASO:

Levantar los bastidores sin separarlos hasta ver que no cae mas agua de ellos, apoyarlos sobre la mesada y separarlos

6° PASO:

Colocar la malla suelta sobre el bastidor B y presionar suavemente la superficie con una esponja para absorber los restos de agua que quedan en la pulpa.

Repetir escurriendo la esponja hasta quitar toda el agua posible. Retirar la malla con cuidado, colocar en su lugar un lienzo, dar vuelta el bastidor de forma tal que la tela quede apoyada sobre la mesada.

Se pasa nuevamente la esponja, pero esta vez sobre la malla del bastidor B para que se despegue el papel y quede solo con la tela, levantar el bastidor y cubrirlo con otra.

Se continúa así intercalando telas entre las hojas de papel hasta que se haya agotado la pasta. Se coloca la pila formada entre las maderas para poder prensarla y quitarles la mayor cantidad de agua posible. Se puede colorear utilizando anilinas o temperas que se agregan a la pasta diluida en el agua.

Para impermeabilizar se utiliza pegamento vinílico.

Si se quiere un papel más blanco se blanquea la pasta al sol o se agrega cloro a la pasta dejándolo por doce horas, luego enjuagando bien.

Todo esto se realiza durante la preparación de la pulpa. Se entiende que cuantos menos productos químicos se utilicen, más ecológico será el papel resultante. Por último si se quiere una hoja mas lisa se le pasa el palote de amasar una vez seca.

LINEA DE PRODUCTOS DE PAPEL QUE MANEJA ROSMARINUS

PRESENTACIONES

HOJAS

Hoja chiquita

Hoja chica

Hoja tamaño carta

Paquete de 10 hojas tamaño carta

Pliego chico (34cm.) X 44cm.)

Pliego grande (46.5cm x 60.5cm.)

TARJETAS

Tarjetas con flores y sobre sencilla

Tarjetas con flores y sobre "con sobre"

Tarjetita con flores (De: - Para:)

Tarjeta de presentación (100 tarjetas)

LIBRETAS

Libretita con lápiz papel bond (45 hojas)

Libretita con lápiz papel Rosmarinus (20 hojas)

Libreta ventana (flor) papel bond (60 hojas)

Libreta ventana (flor) papel Rosmarinus

Libretita con listón (15 hojas)

Libreta empastada chica (40 hojas)

Libreta empastada chica con ventana (40 hojas)

Libreta empastada mediana (40 Hojas)

Libreta empastada tamaño carta (20 hojas)

CUADROS

Cuadro con flores naturales

OTROS

Caja para regalo

Caja en forma de corazón

Caja para recados papel bond (400 hojas)

Caja para recados papel Rosmarinus (100 hojas)

Acordeón para fotos

Portarretratos (diferentes papeles)

Prensa de madera para flores

Separador de libros sin flores

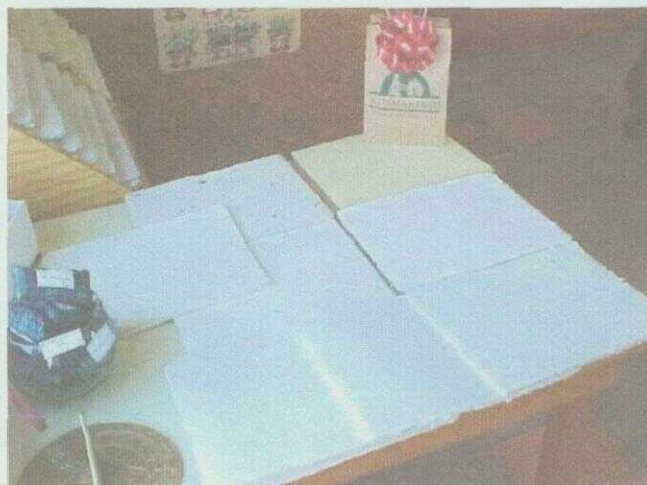
Separador de libros con flores

1 hoja tamaño carta con sobre

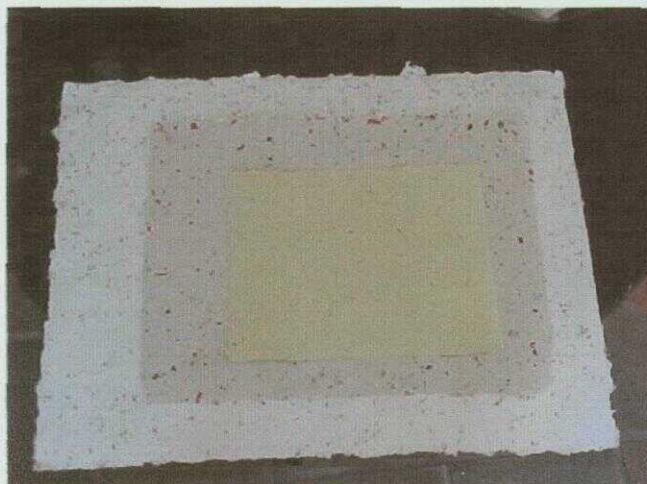
FOTOGRAFIAS DE ALGUNOS PRODUCTOS



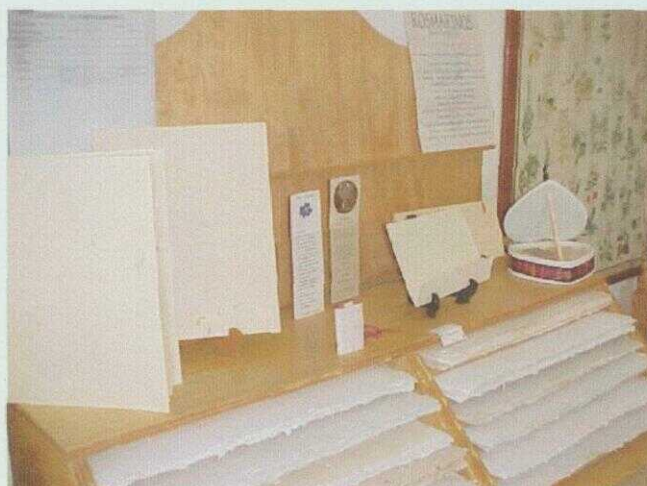
Paquetes de Hojas Tamaño Carta



Hoja Chica Varias Presentaciones



Tamaños De Pliegos



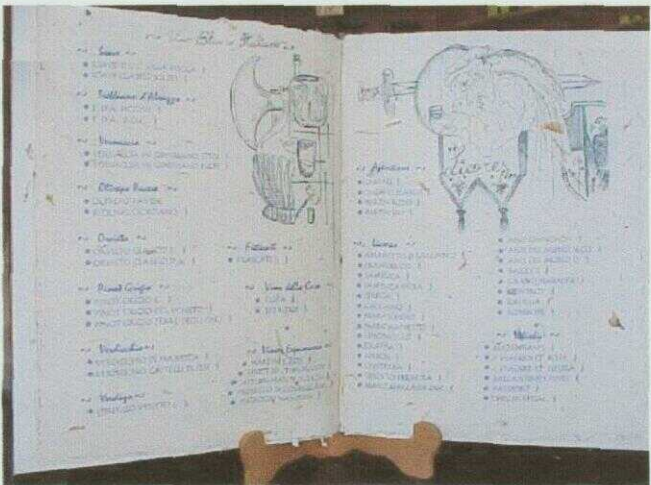
Libretas, separadores, Alhajero, invitación y pliegos grandes.



Caja De Post It, Separadores, Tarjetas De Presentación, Tarjetas Para Regalo



Portarretratos, sobres y libretas



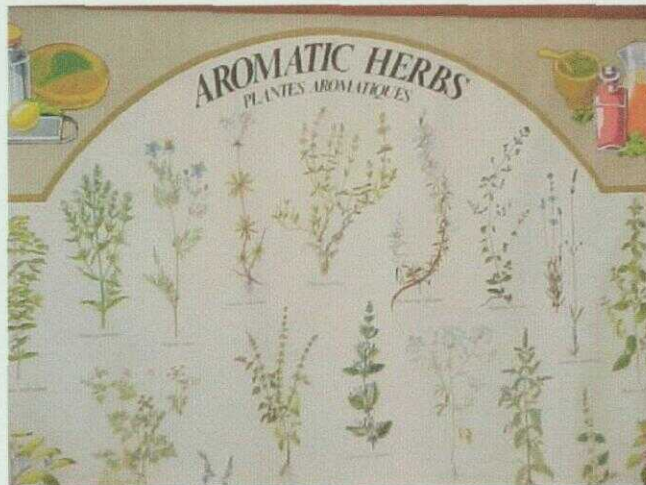
Carta De Restaurante

ALGUNOS EJEMPLOS DE PLANTAS, HIERBAS Y SEMILLAS UTILIZADAS



Semillas de Chiles Mexicanos





Algunas Hierbas Aromáticas



ESTRATEGIA DE INTRODUCCION AL MERCADO META

La estrategia de introducción propuesta es contactando detallistas para la venta del producto, sin embargo, si es necesario, se buscará llegar a los clientes por medio de algún agente importador.

A continuación se presenta un calendario de eventos críticos que deberán llevarse a cabo antes y después de iniciar sus operaciones internacionales o de exportación:

ACTIVIDADES

MESES

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Contactar Detallistas (en su defecto agente importador)												
Documentación para exportar												
Embarque y Transporte												
Seguros												
Promoción del producto												
Establecer Canales de Distribución												
Intermediarios Financieros												

Como sabemos, contactar a los clientes es lo más difícil, sin embargo teniendo ya un pedido, la exportación se realiza de forma inmediata.

Se busca contactar detallistas ya que de esta manera el precio del producto no se verá afectado con un incremento al establecer canales de distribución.

La promoción del producto es indefinida ya que a través de esta se difundirá tanto en la mente como en el gusto del comprador logrando con esta influencia dar a conocer el producto en otros lugares.

Los intermediarios financieros serán utilizados para asegurar el pago de las operaciones internacionales, dependiendo del volumen de las operaciones de compra así como de la frecuencia de las mismas, debido a que las ventas que se realicen en un principio podrán ser de dos maneras:

1. **Por cuenta y riesgo de Rosmarinus**, es decir la empresa deberá estar dispuesta a correr el riesgo de enviar el pedido requerido esperando que en cuanto sea recibido lo liquide el comprador.
2. **Por medio de "Carta de Crédito"** En estos casos es recomendable utilizarla para asegurar el pago en las operaciones internacionales. (Ver anexo 6)

DESARROLLO E INVESTIGACION DEL PRODUCTO

En la actualidad la empresa tiene ubicado su producto en la etapa de producción, pudiendo cubrir de ser necesaria una mayor demanda. Un factor que se debe tener presente es que por el hecho de que la misma empresa aclimata, cultiva, cosecha las flores y plantas que utiliza en la elaboración del papel, es importante tener en cuenta que algunas de estas flores y plantas sólo crecen en determinadas temporadas del año, por tal motivo se le sugiere al comprador que en estos casos tenga presente que la entrega de su producto tardará dos meses a partir de la fecha de recepción del pedido ya que se tendría que cosechar y aclimatar para que se produzca en otra temporada del año, por ello se sugiere consultar la lista de hierbas y flores (ver anexo 1) para verificar cuáles son aquellas que naturalmente se cultivan una vez por año.

Un factor importante en el que se seguirá profundizando, es la calidad y resistencia del papel a través del balance del PH de la celulosa con la que se elabora.

Inicialmente se piensa exportar el papel en hojas y pliegos como se ha mencionado anteriormente, pero una vez consolidadas las relaciones con los clientes, se buscará introducir artículos de regalo y decoración así como de oficina.

(Artículos mencionados en la página 23)

Uno de los puntos más importantes en el proceso de exportación es el empaque y el embalaje de los artículos, éstos deben empacarse adecuadamente para evitar que sean dañados durante el manejo, transporte o los cambios de temperatura, por otra parte también debe evitar posibilidades de robo.

Un aspecto a mejorar es el empaque del papel ya que actualmente se cuenta con un empaque para el mercado nacional, y al realizar la exportación se necesita contar con un empaque propio para dicha actividad. Por ello recomiendo utilizar para la exportación aparte del plástico que cubre el papel, cajas de cartón en las cuales se pueda contener una cantidad de hojas o pliegos sin que se puedan romper o maltratar.

En caso de incrementarse las operaciones internacionales, será necesario contratar más personal y ampliar el área de secado de papel.

ANALISIS DEL MERCADO

MERCADOS META EXTRANJEROS QUE SE HAN SELECCIONADO

¿A QUE PAISES ESTA PLANEADO INTRODUCIR EL PRODUCTO?

Se ha decidido escoger cinco países de diferentes zonas del continente americano y Europa los cuales cuentan con un consumo regular de papel para así decidir con mayor facilidad en qué lugares se tendría un mayor potencial de penetración.

Un aspecto importante que debe tomarse en cuenta para la selección del país meta, es la facilidad para entrar al mercado, es decir, que no existan tantas regulaciones arancelarias¹ o regulaciones no arancelarias² y que el país en general se encuentre en condiciones socio económicas favorables.

Otro tópico importante es, que los principales factores influyentes en la demanda son la calidad, el precio y el diseño, por ello hay que conocer si existe alguna norma de calidad en el país escogido como meta.

¹ Impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado de destino, esto se realiza a fin de proteger las mercancías similares en dicho mercado

² Sirven para retrasar la entrada de los productos al país de destino, pero tienen varias modalidades como son: permisos de importación, cuotas compensatorias, cupos, regulaciones sanitarias, fitosanitarias, etc.

MATRIZ PARA LA SELECCION DEL PAIS

PARAMETROS	CANADA	ESTADOS UNIDOS	ALEMANIA	ARGENTINA
Población	30,675,398	270,311,756	82,079,454	36,265,463
PIB	*US \$ 658	**US \$ 8.083	** US\$ 1.74	* US \$ 348.2
PIB per cápita	US \$ 21,700	US \$ 30,200	US \$ 20,800	US \$ 9,700
inflación	1.8%	3.6%	1.8%	0.3%
valor de las importaciones	* US \$ 194.4	* US \$ 822	*US \$ 455.7	* US \$ 30.3

* Billions

** Trillions

Fuente: www.tradeport.org

Fecha: datos obtenidos al año 2000

Con esta matriz podemos quedar completamente seguros de que Estados Unidos es el mercado potencial que estoy buscando ya que según con los parámetros utilizados nos damos cuenta de que tiene una mayor población que pudiera llegar a ser clientes potenciales, un PIB per cápita también mayor y un valor de las importaciones mucho mayor que el de los otros países; por ello se considera como el mercado meta el cual se intenta atacar inicialmente, pero los demás países podrían ser considerados en un futuro para expandir sus operaciones internacionales.

**ESTADÍSTICAS DE IMPORTACIÓN DE ESTADOS UNIDOS DE LOS
POSIBLES MERCADOS META DE LA FRACCIÓN
ARANCELARIA 48021000**

PAISES	1998	1999	2000	2000 Porcentaje Total	2001 Enero- Julio
México	US \$ 11.3	US \$ 23.8	US \$ 170.7	2.3%	US \$ 67.5
Canadá	US \$ 51.4	US \$ 187.2	US \$ 135.9	1.9%	US \$102.0
Alemania	US \$ 266.2	US \$ 41.4	US \$ 14.9	0.2%	US \$ 2.6
Argentina	US \$ 0.0	US \$ 0.0	US \$ 0.0	0.0%	US \$0.0

NOTA: cantidades expresadas en miles de dólares

Aquí podemos observar cómo las importaciones provenientes de México se han incrementado año con año, a pesar de que son cantidades pequeñas y el cambio porcentual de los últimos dos años es positivo, en comparación con Canadá que ha tenido incremento de 1998 a 1999 y decremento hasta el 2001 y Alemania que ha tenido decremento desde 1998 hasta la fecha. De Argentina no importa nada referente a esta fracción Arancelaria.

**ESTADÍSTICAS DE IMPORTACIÓN DE ESTADOS UNIDOS DE LA
FRACCIÓN
ARANCELARIA 48021000 POR PROGRAMA DE IMPORTACIÓN**

PROGRAMA	1998	1999	2000	Cambio Porcentual 2000-2001	Enero- Julio 2001
País de Origen sin Programa Especial	US\$ 6,188.9	US\$ 6,288.6	US\$ 5,356.2	73.5%	US\$ 588.3
Sistema Generalizado de Preferencias	US\$959.0	US\$ 1,130.1	US\$ 1,632.9	22.4%	US\$ 970.3
TLCAN	US\$ 51.4	US\$ 99.5	US\$ 298.6	4.1%	US\$ 145.8

NOTA: cantidades expresadas en miles de dólares

Con esta Tabla nos podemos dar cuenta que las importaciones por medio del el TLCAN de dicha fracción arancelaria se han incrementado desde 1998. Las importaciones por medio del Sistema Generalizado de Preferencias se han incrementado desde 1998, lo cual indica que importa más de otros países los cuales utilizan este sistema, sin embargo aun que las cantidades importantes para nosotros son pequeñas nos muestran un buen panorama de incremento.

DESCRIPCION DE LA INDUSTRIA DEL MERCADO META

Algunas de las influencias más importantes que han favorecido el comercio entre Estados Unidos y México es en primer lugar el Tratado de Libre Comercio de América del Norte cuyo objetivo primordial es eliminar las barreras arancelarias de manera gradual para formar un área de libre comercio, así cualquier producto mexicano que se importe a Estados Unidos o Canadá podrá ser recibido igual que los producidos en ese país siempre que cumpla con las reglas de origen otorgando al importador un certificado de origen. Así el TLC permite un intercambio comercial más ágil.

En segundo lugar se encuentra el factor cultural, el cual tiene una influencia directa ya que al existir una población integrada por diversos grupos inmigrantes como asiáticos, hispanos y americanos; los cuales conjugan sus costumbres, modas y tendencias originando nuevos usos y aplicaciones para adaptar e innovar productos a dicho mercado.

El tercer lugar la demanda del Papel, no podría verse afectada por ninguna innovación tecnológica ya que es un producto que se considera como artesanal por ser hecho a mano y con hierbas o flores, además los posibles competidores en el mercado meta no podrían fácilmente construir un jardín botánico con tanta variedad, lo único que podría afectarlos es la creación de algún proceso mecánico o automatizado que produjera este papel lo cual es muy difícil.

Podría existir la posibilidad de ver afectada la demanda por algún producto sustituto, pero la ventaja en la calidad y el precio de Rosmarinus no lo permitiría.

Tampoco podrá verse afectada la demanda por las famosas regulaciones gubernamentales porque el papel hecho a mano ya está desgravado de arancel y no necesita cumplir con ninguna regulación no arancelaria (permisos, cuotas, normas, etc.) para entrar al mercado de Estados Unidos.

Por ser considerado el papel Rosmarinus dentro de diferentes categorías en la industria del regalo es importante tomar en cuenta la información de dicha industria.

Como ya se ha mencionado en el capítulo anterior nuestro producto será valorado por los clientes del mercado meta por su calidad, diseño innovador y lo mejor, su precio; factores que hacen al papel Rosmarinus agradable a la vista y al tacto, porque puede ser utilizado para hacer un sin fin de curiosidades, sólo basta tener imaginación para utilizarlo en el área de regalos y decoración. El diseño será mejorado en el futuro y uno de los factores más importantes que influyen los cambios en el diseño y la calidad es el factor estacional o de la moda. En cuanto al precio, es el único que podrá tener cambios negativos dependiendo de otros factores económicos como por ejemplo la inflación esto se reflejaría en la disminución de demanda del papel.

El mercado potencial en Estados Unidos se encuentra en la etapa de introducción del ciclo de vida del papel al igual que en México ya que aún no es un papel conocido.

Un éxito importante de uno de nuestros competidores es el papel amate, similar al Papel Rosmarinus, pero si usted lo conoce se dará cuenta que no tiene tantas cualidades y ventajas como el de Rosmarinus. El papel amate fue y sigue siendo muy utilizado también en artículos de regalo y decoración.

Tanto la industria del papel como la industria del regalo en Estados Unidos gira alrededor de los cinco mercados más importantes del país según el estudio de mercado realizado por Bancomext:

- * Georgia
- * Illinois
- * Texas
- * California
- * Nueva York

Estos cinco mercados atraen compradores provenientes de todo el país y se centran alrededor de los centros de exposición especializados, cada uno de ellos cuenta con salones permanentes de exhibición y además, celebra exposiciones temporales que se llevan acabo en el mismo centro o en sitios cercanos. Adicionalmente existe una red de mercados más pequeños y regionales los cuales atraen a un grupo más reducido de compradores de los alrededores.

Es conveniente señalar que en la industria del papel se consideran los siguientes artículos:

- * todo tipo de papel
- * todo tipo de artículos hechos con papel
- * artículos de oficina

En el marco de la industria del regalo existe una lista muy amplia, a continuación presentamos los más importantes:

- * coleccionables
- * velas
- * artículos artesanales
- * accesorios de decoración para el hogar
- * accesorios para el jardín
- * accesorios de oficina
- * regalos en general
- * tarjetas de felicitación
- * regalos de temporada
- * souvenirs y novedades
- * artículos de mesa
- * artículos de iluminación decorativa

Existen varios indicadores para calcular el tamaño del mercado tanto de la industria del papel como de la industria del regalo, como ejemplo puedo mencionar:

ventas, producción nacional, importaciones, exportaciones y número de participantes.

A Rosmarinus le gustaría atacar varios segmentos de mercado simultáneamente, sin embargo es muy difícil lograrlo porque la empresa no tiene los recursos necesarios para dicha actividad.

Se buscará escoger la región o el segmento de mercado que se considere con diversas oportunidades de comercio exterior después de haber realizado un estudio detallado de la información estadística necesaria mostrada posteriormente.

CONSIDERACIONES POLITICAS Y LEGALES

Es una región estable políticamente hablando porque pertenece a un país al que no le interesa tener problemas, por el contrario contribuye a solucionar controversias en otros países del mundo.

En el ámbito económico es una región que no necesita inversión extranjera porque cuenta con una estabilidad económica muy fuerte en el mundo, sin embargo, podría ser contradictorio ya que cuenta con tratados o acuerdos de libre comercio que promueven la inversión extranjera ya sea de manera directa o indirecta. Una situación poco probable es que un país como México el cual no es estable económicamente exista alguien que pueda invertir en Estados Unidos, por lo regular Estados Unidos invierte en México.

No existe ninguna ley que impida el comercio de papel hecho a mano con flores entre Estado Unidos y México, por el contrario como se mencionó anteriormente, existe un tratado que promueve el comercio entre dichos países y que finalmente llegará al libre tránsito de personas, mercancías y capital.

Definitivamente la marca registrada en México no es válida para el mercado estadounidense, pero existe la USPTO (United States Patent and Trademark Office) oficina ante la cual podría obtener Rosmarinus la marca registrada o la patente si así lo desea, realizando el pago correspondiente y una serie de trámites que a lo mucho durarán un año.

CONSIDERACIONES ECONOMICAS

Todos los países están obligados a relacionarse con otros, son interdependientes en una economía global donde ninguna nación puede proclamarse como la dominante absoluta, pues no existen economías autosuficientes ya que lo que pasa en cualquier lugar del mundo afecta al resto de las economías del planeta.

Por ello se han formado los bloques económicos y suscrito tratados de libre comercio; vivimos en una economía donde las ventajas relativas del pasado se están anulando y tienden a igualarse por efectos de apertura, es decir, los países han abierto sus fronteras y reducen sus aranceles de importación. Las economías de todas las naciones crecen de manera interdependiente lo cual genera nuevos retos pero también mejores oportunidades.

Dado que es posible la libre convertibilidad de nuestra moneda con respecto a la moneda estadounidense no cabría la posibilidad de presentarse problemas en las transacciones financieras, tomando el tipo de cambio al día de la transacción.

Hasta el segundo trimestre del año 2001 y después del cambio de gobierno en México, el tipo de cambio del peso con respecto al US dólar se ha mantenido estable en promedio de \$9.50 pesos a la venta dentro de un sistema de libre flotación sujeto a la oferta y la demanda; inclusive el peso mexicano ha soportado crisis importantes como la internacional sucedida el año pasado en el precio del crudo, la cual ponía en entredicho a la economía de nuestro mercado meta (U.S.A), la situación problemática se suavizó en términos cordiales entre los países

productores y consumidores por lo la cual no ha habido grandes cambios en las tasas de interés en Estados Unidos, por lo que con respecto a la influencia de este factor petrolero es factible la comercialización de nuestro producto.

Por otra parte, nuestro mercado meta ha entrado en problemas de recesión desde hace algún tiempo, esta situación podría ser una desventaja para la comercialización del producto dado que el consumidor estadounidense en últimas fechas está comprando menos de lo que solía comprar hace uno o dos años. Basándonos en las bondades de nuestro producto tales como: innovación, precio, calidad, cultura del reciclaje, podemos afirmar que la recesión que se vive en U.S.A no tiene ni tendrá mayores repercusiones en la demanda del producto, según estadísticas de importación de los Estados Unidos mencionadas en el capítulo de mercado, las industrias del papel hecho a mano, decoración y regalos en los Estados Unidos -industrias en las cuales está contenido nuestro producto- no han sufrido mayores fluctuaciones de las normales por lo que basándonos en lo anterior podemos concluir que no enfrentaremos problemas mayores para entrar al mercado meta.

CONSIDERACIONES CULTURALES Y SOCIALES

El aspecto cultural y social es verdaderamente importante porque nos da la pauta para saber si es necesario realizar cambios físicos o de uso al producto.

Los aspectos culturales más importantes en este proyecto son en primera instancia el ámbito ecológico de Estados Unidos, para ese país la preservación del ambiente, de los árboles y de la naturaleza es sumamente importante; en este aspecto no se tiene ningún problema para ingresar a dicho país por este rubro ya que la producción del papel Rosmarinus es totalmente natural, cabe destacar que es utilizado papel reciclado para su producción. En cuanto a las hierbas o flores que pudieran utilizarse para la producción de papel, no forman un problema ecológico ya que la empresa tiene su propio jardín botánico en el cual diariamente se están realizando mejoras para el cultivo y aclimatación de las semillas importadas de otras partes del mundo.

Otro de los aspectos culturales a mencionar, es el hecho de que en Estados Unidos existe una gran mezcla de razas dentro de su población, partiendo desde los naturales americanos, latinos, árabes, africanos, asiáticos y descendientes de europeos, podríamos mencionar sin temor a equivocarnos que USA está habitado por casi todas las razas y creencias del mundo. Esta gama de posibilidades conjugan estilos, modas y gustos formando en ocasiones tendencias orientadas hacia lo natural como los latinos y sajones los cuales pueden ser nuestros más importantes clientes, el estilo "natural" del papel Rosmarinus encaja perfectamente con éste comportamiento.

Para los estadounidenses la creatividad es un punto de peso socialmente hablando. El artesano mexicano siempre se ha caracterizado por conjugar magistralmente la creatividad y la habilidad logrando con ello obras que para el ojo crítico del sajón llena sus expectativas; la artesanía elaborada por Rosmarinus cumple con creces esta demanda hacia la creatividad y habilidad.

Como podemos observar el papel Rosmarinus podrá ser consistente con las normas sociales y culturales de Estados Unidos ya que los aspectos mencionados anteriormente no impiden ni limitan la exportación del mismo.

No es necesario ajustar el papel Rosmarinus a las normas y expectativas de Estados Unidos porque es un pliego de papel como cualquier hoja tamaño carta u oficio utilizada en cualquier parte del mundo, se podían tener ajustes en cuanto al tamaño de las hojas cuando los clientes estén familiarizados con el papel y por su creatividad para hacer otro tipo de cosas como cuadros y artículos de regalo u oficina, sin embargo se cuenta con varios tamaños de pliegos y hojas presentados en la lista de productos del capítulo anterior.

Lo que en un futuro podría necesitar un ajuste son las operaciones de exportación iniciales, ya que por ser papel, el transporte será aéreo por mensajería internacional, pero dependiendo de las necesidades de los clientes esto podría cambiar para beneficio de ambas partes.

MERCADOS META

De acuerdo con la información de la industria del mercado de Estados Unidos de que existen 5 regiones de mercado importantes para realizar nuestras operaciones de exportación (Georgia, Illinois, Texas, California y Nueva York) he investigado sobre qué lugar de los mencionados existe mayor posibilidad de penetración en términos demográficos, características relevantes de la población y de los establecimientos con probabilidad de distribución del papel.

MATRIZ PARA LA SELECCIÓN DEL MERCADO META

FACTORES	PONDER.	CALIFORNIA	pts		GEORGIA	pts		ILLINOIS	pts		N. Y.	pts		TEXAS	pts	
Población	10	33,145,121	5	50	7,788,240	1	10	12,128,370	2	20	18,196,601	3	30	20,044,141	4	40
Ingreso Percápita	10	29,819	3	30	27,198	2	20	31,278	4	40	33,946	5	50	26,525	1	10
PIB	7	1,229,098	5	35	275,719	1	7	445,666	2	14	754,590	4	28	687,272	3	21
Tasa de Desempleo	3	4.9%	2	6	3.7%	5	15	5.2%	1	3	4.3%	4	12	4.5%	3	9
Hispanos	9	6,598,488	5	45	268,851	1	9	1,498,507	3	27	3,849,990	4	36	927,800	2	18
Ingresos por Papel y Productos Derivados	9	1,859,665	5	45	1,628,545	4	36	1,452,326	3	27	1,432,318	2	18	1,268,044	1	9
Poder de compra per cápita de hispanos	8	\$9,644	4	32	\$8,500	1	8	\$9,384	3	24	\$10,363	5	40	\$9,349	2	16
Poder de compra del mercado hispano	6	\$66 billones	5	30	\$ 4 billones	1	6	\$12 billones	3	18	\$39 billones	4	24	\$ 9 billones	2	12
TOTALES			273		111		173		238		135					

Datos pertenecientes al año 2000

Fuente: www.demographics.com

www.hispanic-market.com

NOTA: cantidades expresadas en Dólares

PROCEDIMIENTO PARA SELECCIONAR EL ESTADO META

El procedimiento para la elaboración de la matriz que ayuda a seleccionar el mercado meta, es el siguiente:

1. Decidir los factores a evaluar entre las diferentes alternativas.
2. Llenar los datos por estado según cada factor seleccionado.
3. Dar una ponderación de 10 al factor más relevante a mi criterio
4. Asignar ponderaciones al resto de los factores tomando como base el factor más importante seleccionado en el paso 3, haciendo la pregunta: "comparado contra el factor X este otro factor Y ¿qué importancia representa para el estudio?. Continuar asignando ponderaciones con el resto de los factores siguiendo la misma técnica.
5. Una vez que todos los factores tienen una ponderación determinada de 1 a 10 (donde 1= poca importancia y 10= importancia alta) asignar a cada estado un lugar de cumplimiento con cada factor, donde 5 representa el primer lugar de cumplimiento entre los 5 estados analizados y 1 representa el último lugar de cumplimiento entre los 5 estados analizados.
6. Multiplicar el lugar de cumplimiento de cada estado por su ponderación respectiva en cada factor.
7. Sumar el total de puntos obtenidos en el paso anterior por cada estado analizado.
8. Comparar las sumatorias de cada estado.
9. Escoger el estado que haya obtenido el mayor puntaje.

TASA DE INFLACION EN LOS ESTADOS UNIDOS		
(Al final del período)		
Años		Variación Anual %
2001*		3.4
2000		3.6
1999		2.7
1998		1.6
1997		1.7
1996		3.3
1995		2.5
1994		2.7
1993		2.7
*Abril		
*Fuente: www.demographics.com		

De acuerdo con la matriz para la selección del mercado meta he llegado a la conclusión de que el estado de California es la opción que representa la mayor probabilidad de éxito para este proyecto dado que tiene mayor población que los otros estados contemplados además de que a la vez el porcentaje de población hispana en California es mayor que los otros cuatro estados analizados, como he mencionado anteriormente la comunidad hispana es parte importante de los clientes potenciales para este tipo de papel, cabe mencionar que esta comunidad hispana en California tiene el mayor poder de compra a pesar de que el ingreso per cápita y el poder de compra per cápita mayor lo tenga New York.

En éste análisis podemos ver con claridad que los ingresos de California por papel y productos derivados son más altos que en cualquiera de los otros 4 mercados analizados en este proyecto.

Aunque la tasa de desempleo no es la más baja, pienso que California es el estado que mayor potencial tiene para la introducción del papel hecho a mano a base de flores.

En cuanto a la tasa de inflación, podemos observar que tuvo un incremento desde 1997 al año 2000, sin embargo del 2000 al presente año se observa una clara reducción de la misma.

Conforme a éste análisis he hecho una fuerte investigación acerca de los posibles clientes en California y encontré los siguientes:

KELLY PAPER

Dirección: 1441 East 16th st. Los Angeles, CA. 90021

Teléfono: 213/749 1310

Fax: 213/749 2928

Dirección: 1033 Cudahy Pl. 92110 San Diego, CA. 92110

Teléfono: 619/275 4060

Fax: 619/275 5159

CLIFF'S VARIETY

Dirección: 479 Castro Street Sn. Francisco, CA. 94114

Teléfono: 415/ 431 5365

HOLD IT!

Dirección: 1570 A Camino de la Reina Sn. Diego, Ca. 92108

Teléfono: 619/295 6660

NINA M. GIFT STONE

Dirección: 52 Second Street, Second Floor Sn. Francisco, CA. 94105

Teléfono: 415/882 1592

Fax: 415/882 9371

A continuación describiremos varios nichos de mercado en California, en los cuales se podría vender el Papel Rosmarinus:

VENTAS DE MENUDEO

Esta "industria" de tiendas departamentales en Estados Unidos representa ventas estimadas de 100 mil millones de dólares.

Existen dos tipos de tiendas de menudeo: aquellas tiendas departamentales corporativas o que poseen y operan cadenas de tiendas bajo múltiples nombres y las cadenas de tiendas departamentales independientes que operan bajo un sólo nombre.

Dichas tiendas realizan parte de sus compras a través de ferias internacionales o por medio de representantes de ventas, lo cual es de gran importancia para la elección del segmento de mercado.

TIENDAS DE ESPECIALIDAD

Este tipo de tiendas son la columna vertebral de la industria del regalo en E.U. y se caracterizan por manejar diversos artículos. Estas tiendas pueden ser pequeños o medianos establecimientos y hasta grandes cadenas.

Existen cuatro clasificaciones de tiendas de especialidad y Rosmarinus podría entrar a 3 de ellas, estas clasificaciones son:

- **Regalos en general:** la cual tiene gran variedad de mercancías.
- **Especializadas:** que manejan un sólo producto, por ejemplo en papelería o artículos de oficina.
- **Folklore:** manejan sólo mercancía étnica de ciertos países.

Este tipo de tiendas ofrecen mejor servicio al cliente y les importa mucho la originalidad del producto.

GALERIAS DE ARTE O ARTESANALES

Esta industria de las artesanías se maneja en su mayor parte a través de ferias artesanales regionales, abiertas al público. Las galerías son tiendas de menudeo cuyo producto principal consiste en artículos de regalo de calidad hechos a mano.

Una desventaja de este tipo de galerías es que trabajan a consignación y Rosmarinus tendría que decidir si le conviene realizar la exportación en estos términos.

DECORADORES DE INTERIORES

Muchos decoradores de interiores se registran como compradores de las principales exposiciones de regalos, pero la mayoría de ellos buscan encontrar artículos únicos para darle el último toque a un diseño en particular.

Una excepción se presenta cuando una firma de diseño está involucrada en la selección de productos para hoteles restaurantes y comedores corporativos.

COMPRAS POR INTERNET

Dentro de internet existe una red llamada World Wide Web, en donde la gran mayoría de los usuarios prefieren ver toda clase de información, dentro de esta red existen las llamadas "páginas web" que consiste en una página con información de algún negocio o persona, y por medio de tarjetas de crédito puedes realizar la compra. Lo interesante es que las páginas son interactivas y muestran los productos en pantalla desde el hogar u oficina.

De acuerdo a encuestas realizadas por Gift Decorative Accessories GDA, dos terceras partes del sector de regalos hace sus compras por medio de internet.

COMERCIALIZADORAS

Son empresas que se encargan de comprar algún producto a precios preferenciales para después ellos colocarlo en algún lugar y ganar una comisión por la colocación.

Dependiendo de las ventas que se tengan en el mercado de California se podrán ir ampliando las operaciones internacionales a otros estados de Estados Unidos, y más adelante podría ampliarse a otros países con los cuales se tiene algún acuerdo o tratado de libre comercio, pero todo depende de la demanda del papel.

Cabe mencionar que en el anexo 3 se cuenta con otra lista de posibles clientes en los otros cuatro Estados más importantes de Estados Unidos a pesar de no ser considerados la mejor opción.

INVESTIGACION DE MERCADO

Es importante mencionar que el tipo de investigación realizada es documental, basada en información estadística y descriptiva de los diferentes mercados seleccionados. Dicha investigación esta diseñada para demostrar que existen consumidores potenciales interesados en adquirir este tipo de papel, los cuales podrían ayudar a Rosmarinus a ampliar sus operaciones.

De acuerdo con la investigación de mercado los canales de distribución con los que podríamos realizar nuestras operaciones son los siguientes:

1) Detallistas que importan directamente



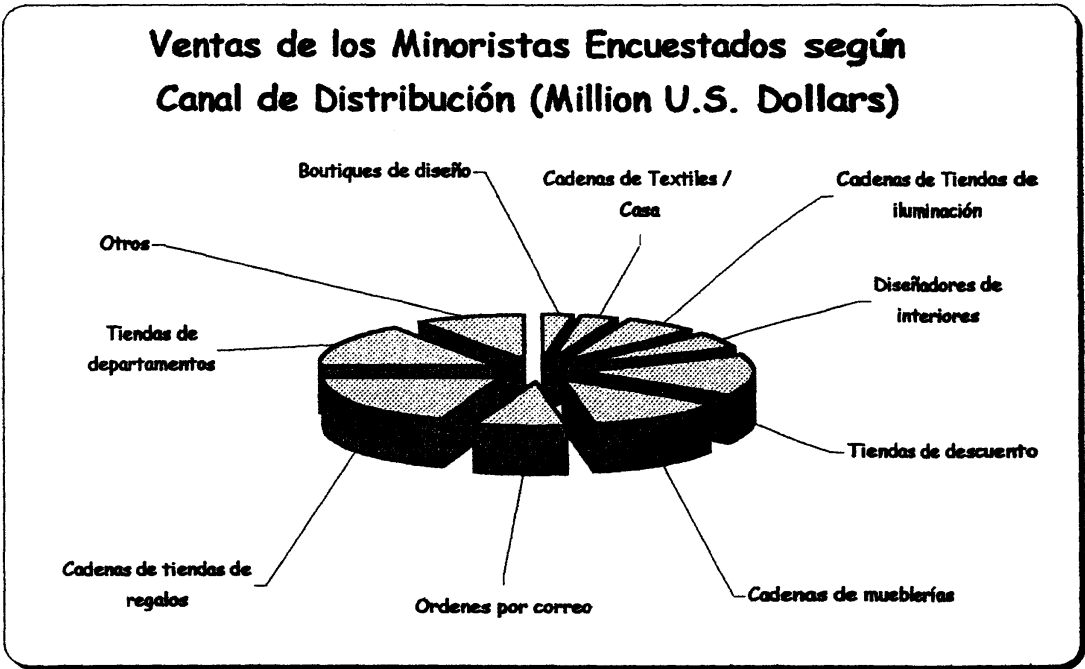
2) Compañías importadoras que funcionan como intermediarios y venden la mercancía importada.



Según un estudio realizado por la revista Home Accents Today el 41% de los encuestados compran un 50% o más de su mercancía en salas permanentes, el 22% lo hace en ferias temporales las cuales visitan de 3 a 4 veces por año.

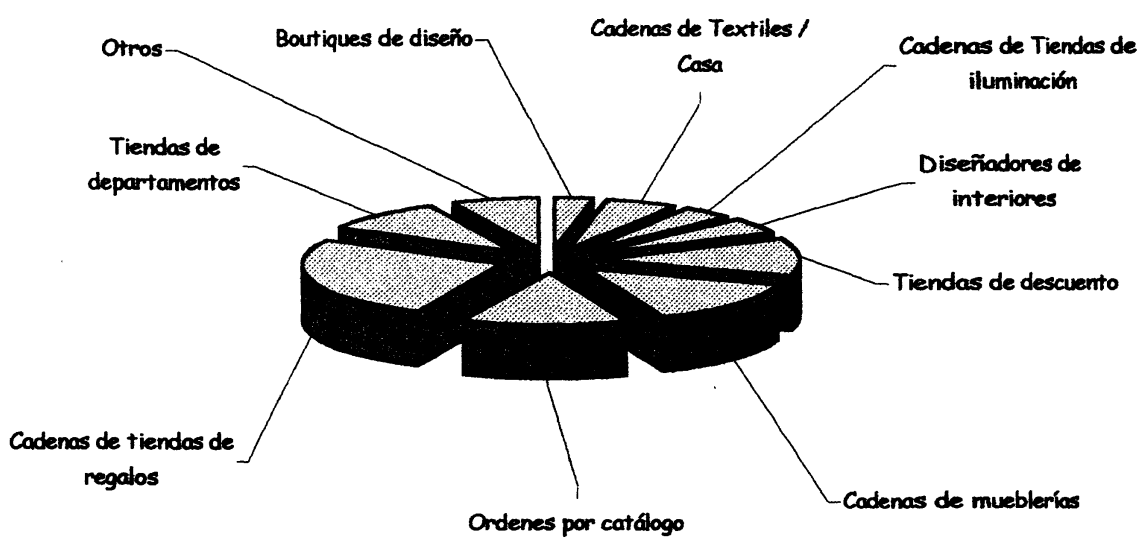
A continuación se despliegan unas gráficas las cuales muestran el resultado de dicho estudio. Se entrevistaron a 500 comerciantes de accesorios para el hogar u oficina y se les preguntó acerca de sus ventas y canales de distribución respecto a cada producto.

El papel Rosmarinus podría incluirse dentro de las clasificaciones del estudio de la Revista en boutiques de diseño, diseñadores de interiores y cadenas de tiendas de regalos.



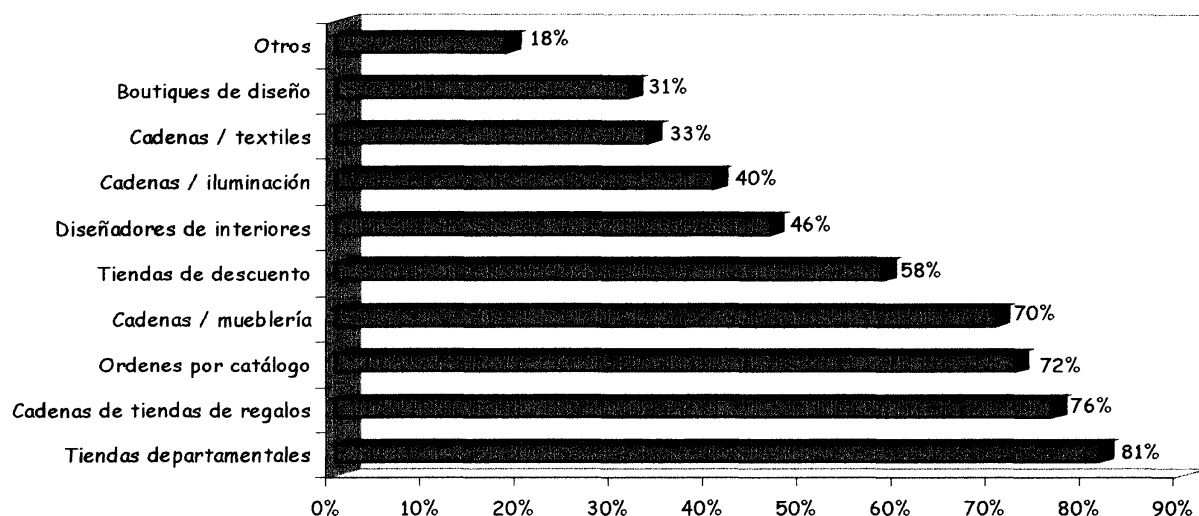
Boutiques de diseño	\$135
Cadenas de Textiles / Casa	\$169
Cadenas de Tiendas de iluminación	\$361
Diseñadores de interiores	\$290
Tiendas de descuento	\$763
Cadenas de mueblerías	\$665
Ordenes por correo	\$414
Cadenas de tiendas de regalos	\$987
Tiendas de departamentos	\$782
Otros	\$494

Porcentaje de ventas de los minoristas por canal de distribución



Boutiques de diseño	3%
Cadenas de Textiles	6%
Cadenas de tiendas de iluminación	4%
Diseñadores de interiores	5%
Tiendas de descuento	12%
Cadenas de mueblerías	14%
Ordenes por catálogo	13%
Cadenas de tiendas de regalos	26%
Tiendas de departamentos	10%
Otros	7%

Porcentaje de encuestados que venden a través de cada canal de distribución



COMPETENCIA

El papel Rosmarinus compite en el mercado nacional en aspectos como diseño calidad, precio e innovaciones. Su diseño es totalmente innovador y puede ser utilizado en la decoración de interiores o para desarrollar diferentes tipos de artículos. La calidad del producto es excelente al comparar este papel con otros de su misma clase en el mercado nacional ya que otros son más gruesos por ello no sirven para imprimir se escurre la tinta y al tacto son asperos sin embargo Rosmarinus investiga continuamente para mejorar la apariencia, mezclas y calidad del producto. El precio es sumamente inferior respecto a papeles similares utilizados para realizar artículos de regalo o para decoración.

Para tener un punto de comparación y poder ver las características competitivas de Rosmarinus busque fabricantes de papel hecho a mano en todo el mundo y encontré cinco con los cuales la comparo en el siguiente cuadro:

CARACTERISTICAS COMPETITIVAS IMPORTANTES				
FABRICANTE	PRECIO	LOCALIZACIÓN	RAPIDEZ EN ENTREGA	SIMILITUD EN PRODUCTO
Bloomin' Flowers Cards (USA)	+	-	-	+
Wallace Wrays Fine Paper (Irlanda)	+	+	+	+
Huun Productos (México)	+	-	-	-
Himalayan Art (Canadá)	+	-	-	-
Eco Cards (India)	+	+	+	-

NOTA: + indica una fuerte posición frente a la competencia

- indica una posición débil frente a la competencia

Comparando entre una y otra empresa que fabrican de una u otra forma artículos con este tipo de papel, nos podemos dar cuenta que en lo que se refiere al precio Rosmarinus tiene una fuerte posición frente a la competencia, en cuanto a la localización tiene desventaja con Bloomin'Flowwers Cards aun que esta empresa sólo se dedica a fabricar tarjetas de ocasión y cuenta con una línea de tarjetas hechas con flores disecadas; la empresa Huun se podría decir que es su principal competencia en México ya que fabrica un papel muy similar hecho con fibras naturales su localización es una desventaja ya que podría utilizar el mismo transporte y tiempos de entrega. Y la empresa Himalayan Art que se encuentra en Canadá y también es muy cerca de Estados Unidos aun que esta empresa fabrica una diversidad de papeles de todo tipo de culturas y artes. En cuanto a la similitud del producto Bloomin'Flowers Cards sólo fabrica tarjetas por ello podríamos tomarlo como un posible cliente o distribuidor, Wallace Wrays vende productos de todo tipo entre ellos el papel, es como un supermercado, Huun es un papel muy parecido pero rugoso, Himalayan Art ofrece artículos de arte entre ellos algunos de papel. Ecocards es el mismo tipo de papel.

En general Rosmarinus tiene una buena calidad y precios como para competir con cualquiera de estas empresas.

BARRERAS PARA INGRESAR AL MERCADO QUE ROSMARINUS DEBE SUPERAR

Como ya se ha mencionado anteriormente, el papel Rosmarinus no requiere cumplir con ninguna regulación arancelaria para ingresar a California porque con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, ha quedado totalmente desgravada la fracción 48021000 en la cual se encuentra contenido dicho papel. También cabe mencionar que no existen regulaciones no arancelarias, por ello el papel Rosmarinus puede entrar libremente al mercado meta. Lo único que podría afectar la entrada es que la competencia existente en ese país acuse de Dumping³ a Rosmarinus lo cual no sería correcto porque no está vendiendo por debajo de su costo, pero en tal caso se abriría una investigación y al demostrar que no existe el Dumping no habría problema.

BARRERAS QUE ROSMARINUS PUEDE ERIGIR PARA DEFENDER SU PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

En cuanto a barreras para defender la participación en el mercado de California podría aconsejar como una importante la patente o marca registrada en Estados Unidos, la cual tiene validez en varios países del mundo y aunque no es una barrera como tal, poseerla sería de mucha utilidad para Rosmarinus. Otro aspecto importante que se podría realizar para impedir la entrada a California es -como se ya se ha mencionado- que los competidores acusen de Dumping lo cual atrasaría la entrada del producto durante las investigaciones; o por no ser un producto

³ Acusación por parte de algún productor del país importador de x producto a causa de que el exportador gana mercado vendiendo por debajo de sus propios costos a un precio mucho menor que en el país importador

originario al 100% del país de procedencia es decir que el certificado de origen otorgado declare dicha situación para lo cual se sigue una investigación y se decide si entra el producto o no.

OPERACIONES

CONSIDERACIONES INTERNACIONALES

ACTIVIDADES DE DESARROLLO DEL MERCADO

En ROSMARINUS no existe un departamento de Comercio Internacional o de servicio a clientes extranjeros ya que aún no tienen ventas internacionales. Sin embargo existe una persona que tiene la habilidad para descubrir nuevos mercados porque es responsable de viajar varias veces al año a diferentes países dado que se encarga del mantenimiento del jardín botánico y por lo tanto de importar las diferentes semillas por lo que tiene acceso a los gustos y preferencias de muchos países.

Contactar clientes potenciales en cada viaje realizado, es otra de las funciones potenciales de esta persona.

La promoción de los productos dentro de ferias internacionales es realizada por medio de misiones comerciales que podrían ser lideradas por la persona encargada de las relaciones públicas y por la persona que se encarga de hacer los viajes al extranjero cuando es necesario buscar nuevas semillas. La publicidad utilizada para las ferias internacionales será realizada por una agencia diseñadora de imagen con la cual se trabaja continuamente.

Conforme crezcan las operaciones internacionales (exportaciones) será necesario crear un departamento que se encargue de todas estas operaciones, además de la administración y control del papeleo derivado de dichas operaciones.

En caso de utilizar distribuidores en el extranjero serán seleccionados dependiendo del margen de utilidad que tienen cada uno ya que éste afectaría de manera directa el precio del papel lo cual forma parte de una ventaja competitiva internacional.

Actualmente ROSMARINUS no cuenta con un área staff de ventas para visitar a los clientes extranjeros pero en caso de resultar el mismo lugar al que van a tomar cursos o a realizar compras de semillas convendría que la persona responsable del jardín se encargara de visitar a clientes cercanos al lugar visitado.

ROSMARINUS no cuenta con un servicio de posventa del producto, debido a que su naturaleza no lo requiere, pero en caso de alguna dificultad el servicio lo daría la persona que finalmente quede con la responsabilidad de estas operaciones dentro de la empresa; servicio posventa se le puede llamar al papeleo que ROSMARINUS deberá enviar al importador después de realizarse la exportación.

TRANSPORTE

Como sabemos el transporte forma una parte muy importante en la exportación en este caso pudimos hacer una comparación de los tipos de transporte que se podrían utilizar para exportar en papel Rosmarinus (ver anexo 5) en el cual podemos observar que el transporte aéreo es el que más nos conviene por todas las ventajas que nos otorga. En este tipo de transporte, la responsabilidad de ROSMARINUS termina en cuanto el papel queda a disposición de la línea de paquetería.

La compañía de envío contratada para realizar la exportación se encargará de entregar el producto en la dirección autorizada por el cliente.

Investigué los precios de tres compañías de paquetería internacional (Prgaso Expres, UPS y DHL) y la que mejor precio da es DHL cobrando \$213.00 pesos por cada kilogramo de peso enviado otorgando ellos las cajas de cartón en las cuales será transportado el papel, por ello no es necesario contemplar un embalaje dentro del precio del papel.

En este tipo de transporte siempre lleva mercancía consolidada por ello el costo del envío es menor. Si en algún momento se busca cambiar el tipo de transporte sería necesario que el agente naviero consolidara la mercancía para que también se redujera el costo del flete.

ENVASE Y EMBALAJE

En cuanto al envase no es necesario realizar cambios ya que el envase que se utiliza para el mercado nacional (sobres de papel celofán con su respectiva etiqueta) podrá ser utilizado para la exportación. Queda claro que no se incurrirá en gastos extras ni de envase ni de embalaje por ello no se mencionan estos costos.

Muestro dos tipos de venta que se podrían realizar con el papel Rosmarinus uno es por medio de una importadora la cual intentaría consolidar órdenes de compra de sus clientes para comprar por medio de una sola orden y así obtener un mejor precio, sin embargo yo recomiendo que la venta se realice a través de detallistas con los cuales se tendría un trato más directo y dependiendo del volumen y de la frecuencia de compra podrían obtener mejor precio.

Es de suma importancia hacer la recomendación de que en casos de incertidumbre sobre algún aspecto de transporte, empaque, embalaje, cotizaciones y otros, asistir al centro de atención a clientes BANCOMEXT o a SECRETARÍA DE ECONOMÍA.

ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION

PRODUCTO

El producto en sí no necesita cambios porque su naturaleza es la misma en todo el mundo, lo que requiere es adicionar un embalaje para la transportación al mercado seleccionado pero esto no cambia el atractivo de los consumidores del mercado meta ya que el embalaje es utilizado para efectos de transportación y el empaque utilizado permite ver totalmente el producto.

Una de las características únicas del papel ROSMARINUS es que las dos caras del pliego u hoja son lisas por lo cual puede utilizarse como cualquier otro tipo de papel pudiendo usarse en impresoras, máquinas de escribir, máquinas de fax. Otra de sus características es que se puede imprimir sobre el papel cualquier tipo de tinta sin que se corra, la absorbencia es la misma que la del papel bond lo cual evita errores de impresión.

PRECIO

A pesar de ser un poco difícil el cálculo exacto de los costos de producción del papel por el uso de hierbas y flores, muestro una idea de la utilidad que se obtiene con la venta de este papel.

**COSTOS DE PRODUCCION DEL PAPEL ROSMARINUS UTILIZANDO
PLIEGOS CHICOS EN PESOS MEXICANOS**

* Costos fijos	(70%)
* Costos variables	(30%)
-----	\$ 4.40 (costo de producción)
* Ganancia por venta	
al menudeo	\$ 5.10

* Precio al menudeo	\$ 9.50 + gastos de envío
-----	\$ 4.40 (Costo de producción)
* Ganancia por	
venta al mayoreo	\$ 1.80

* Precio al mayoreo	\$ 6.20 + gastos de envío

Gastos de envío (Tomando en cuenta que el envío de 1 kg de hojas a cualquier parte de USA cuesta \$ 213 pesos)

Si el pliego chico pesa 1.75 gr el costo por hoja es de \$0.37 y el kilogramo contiene 571 pliegos.

En total el precio unitario por pliego chico es:

Al mayoreo \$ 6.57

Al menudeo \$ 9.87

NOTA: el costo de envío disminuye al incrementar la cantidad y aumenta si se disminuye la cantidad y la duración de entrega es de dos días.

NOTA: estos costos varían dependiendo del tamaño de la hoja o pliego o en su caso de los paquetes de hojas.

NOTA: el precio al mayoreo se obtiene al comprar 571 pliegos chicos es decir un kilogramo de papel.

La estrategia de penetración en el mercado seleccionado será introduciendo el producto a su precio bajo así se podrá ganar mercado pero con la diferencia de que no subirá de precio repentinamente debido a su bajo costo de producción en México lo cual es una ventaja competitiva con respecto a los competidores internacionales.

Nos podemos dar cuenta con este análisis que después de los costos de producción y los costos adicionales por hacer negocios en el exterior ROSMARINUS puede obtener el mismo margen de utilidad que en el mercado nacional.

PROMOCION

Los elementos clave que pueden utilizarse para algún mensaje promocional en un futuro, son su bajo precio, alta calidad y la diversidad de cosas que pueden realizarse con este tipo de papel aunque también pueden utilizarse otro tipo de promociones.

En un principio sería bueno promocionar el papel en Ferias Internacionales y con el desarrollo de un sitio en Internet por medio del cual se podrían dar a conocer con mayor facilidad a demás de que daría más seguridad al cliente al saber que es una empresa que si existe. La inversión en una página de Internet y en los posibles viajes para promocionar en ferias, se hará dependiendo de la liquidez de la empresa. Actualmente se tienen catálogos profesionales que demuestran las características únicas y los beneficios de este papel.

Debido a que por ninguna de las dos formas que se propone para vender el producto se tiene contacto directo con el consumidor final, se recomienda utilizar una estrategia de empuje la cual enfoca sus esfuerzos promocionales hacia sus distribuidores y el objetivo es motivarlos a incluir y promover el producto.

Para lograr que los distribuidores potenciales del mercado de California se enteren del papel ROSMARINUS se buscará el contacto directo con ellos vía telefónica, correo normal y correo electrónico, en ferias internacionales. Los distribuidores para aceptar negociar con el producto deberán estar convencidos

de las ventajas competitivas que éste tiene como lo son su alto margen de ganancia, excelente calidad, bajo precio y versatilidad en su uso.

Enseguida se muestra un calendario de ferias y eventos internacionales en los cuales ROSMARINUS pueda promocionar sus productos. Es importante mencionar que son eventos anuales en los cuales la fecha puede variar un poco pero la temporada es la misma.

PROGRAMA DE FERIAS INTERNACIONALES EN ESTADOS UNIDOS 2001			
EVENTO	LUGAR	FECHA	ORGANIZA
AMFAR EXPO REGALO Y DECORACION 2001	WORLD TRADE CENTER, MEXICO CITY	ENERO 22-26 / JULIO 31- AGOSTO 3	AMFAR, A.C.
Artículos para regalo, decoración, artesanías, joyería y muebles.	CENTRO CULTURAL EL REFUGIO, Tlaquepaque, Jal.	Febrero 13-17 / Agosto 7-11	CAMARA NACIONAL DE COMERCIO DE TLAQUEPAQUE, ENART
MUESTRA 2001	EXHIBIMEX, México, D.F.	Enero 16-20 y Julio o Agosto	GRUPO SALPRO, S.A. DE C.V.
IV Acercamiento al Mercado Hispano de Estados Unidos	Ciudad de México	Mayo	BANCOMEXT

CONSIDERACIONES SOBRE EL PRODUCTO

PRODUCCION

Es importante recalcar que la tasa actual de producción atiende las necesidades del mercado doméstico pero debido a que se tiene una mayor capacidad instalada ROSMARINUS desea ampliar sus operaciones nacionales y entrar al mercado internacional.

El producto es manufacturado al 100% por ROSMARINUS como ya se mencionó anteriormente. Los costos de ROSMARINUS le dan una ventaja competitiva en Estados Unidos ya que en este país cuesta más caro producir el producto.

En el ámbito mundial, el aseguramiento de la calidad juega un papel primordial como una característica intrínseca de cualquier producto o servicio. Normas internacionales como ISO9000 son una muestra de esta tan importante tendencia, es por ello que ROSMARINUS debe poseer un sistema de aseguramiento de calidad que le permita cumplir con este requisito tan indispensable.

El Sistema se puede resumir en estos sencillos pasos:

- a) Obtener o establecer estándares los cuales satisfagan a sus clientes o usuarios finales.

b) Sabiendo a dónde se quiere llegar es ahora la etapa de establecer todos aquellos procedimientos estándares de producción para asegurar que los productos siempre sean manufacturados bajo los mismos pasos que proporcionaron el producto deseado del inciso anterior obteniendo de esta manera productos que tengan características muy similares entre ellos.

LOCALIZACION

La localización actual de Rosmarinus en el mercado doméstico es en el Estado de Puebla, en la 6 poniente 4709 colonia Aquiles Serdán, esta es su principal ubicación aunque cuenta con un jardín botánico en Buenotla Cholula y dos tiendas en algunas plazas comerciales estratégicas de la ciudad.

Debido a que en la ubicación principal es donde se produce el papel y todos los proveedores se encuentran en el mismo Estado, no existe ningún problema en cuanto a efectos directos en la producción. Referente a la distribución del papel, tampoco hay problema ya que se realiza en el mercado doméstico y se realizará para las operaciones de exportación por medio de la compañía de paquetería internacional elegida por la empresa.

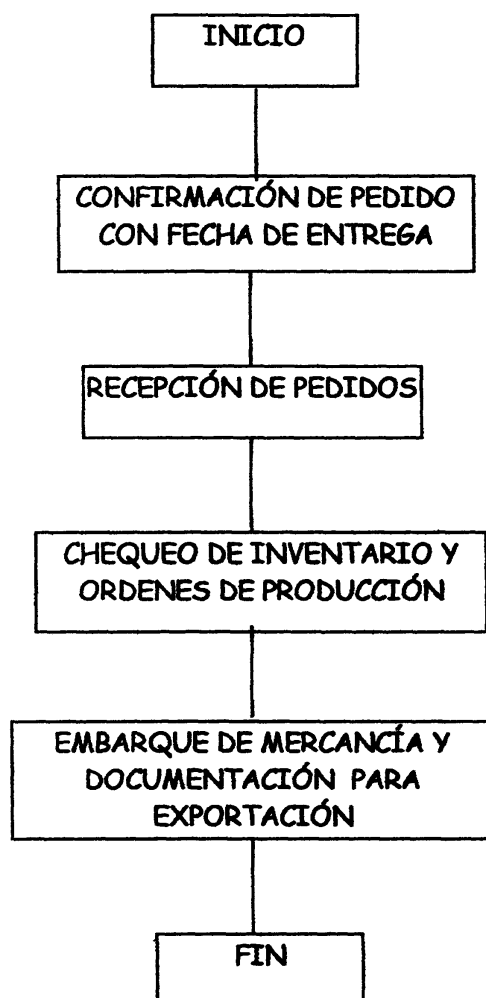
Basándonos en las proyecciones de ventas Rosmarinus cuenta con espacio suficiente como para ampliar sus operaciones al mercado internacional, sin embargo se cuenta con planes futuros para ampliar la capacidad de sus instalaciones o en caso necesario adquirir inmuebles.

PERSONAL

Cabe aclarar que al incrementar sus operaciones uno de los efectos será el requerimiento de personal en áreas de producción como: producción de papel y el área de jardines, ya que son las dos áreas de las cuales depende que el producto quede terminado. El personal para el área de producción deberá tener habilidades manuales aunque no necesariamente y para el área de jardines conocimiento sobre jardinería o cultivo.

Al personal se le pagará de acuerdo a la ley porque es considerada como mano de obra no calificada, por ello no requiere más que un pequeño entrenamiento al personal. Se planeará retener y desarrollar personal de calidad por medio del trato de Rosmarinus hacia el personal y de los diferentes incentivos otorgados.

Las operaciones internacionales serán organizadas e integradas por el Ing. Eduardo Peláez de la siguiente manera:



Es importante mencionar que la estructura actual funciona de la misma manera.

Las provisiones que se harán para la contratación de personal serán la solicitud de empleo, dos cartas de recomendación y algunas referencias personales para así saber a quién se está contratando buscando el objetivo de no tener problemas posteriores.

SERVICIO AL CLIENTE

Sólo se aceptarán devoluciones en caso de no haber enviado al cliente la cantidad o el tamaño del pliego requerido.

FUTUROS PLANES DE INVESTIGACION Y DESARROLLO

ROSMARINUS tendrá una continua investigación para buscar posibles mercados potenciales conociendo de esta manera las oportunidades futuras y la información importante de la competencia, mejoramiento del papel y desarrollo de nuevos productos. Tocando el tema del producto, como ya se ha mencionado anteriormente ROSMARINUS ha investigado acerca del mejoramiento del papel y de su uso productivo, por ello el papel cuenta con esa calidad.

ROSMARINUS también se preocupa por desarrollar productos innovadores útiles hechos con el mismo papel, lo cual le ha redituado de una manera extraordinaria en México y esperamos que los mercados extranjeros también.

Alguno de los futuros esfuerzos de investigación y desarrollo serán requerimiento de efectivo o facilidades para asistir a convenciones acerca de actividades botánicas y para obtener los conocimientos necesarios para el desarrollo de esta actividad.

Los recursos adicionales para desarrollar esta actividad serán obtenidos por medio de la buena administración de la empresa al invertir sus utilidades en actividades productivas para un futuro cercano.

RIESGOS CRITICOS

Es de vital interés en éste proyecto, identificar los problemas potenciales que pudieran tener un efecto adverso significativo en las operaciones realizadas para incursionar al mercado internacional, por ello se recomiendan algunos planes de contingencia para cada caso. Algunos de los riesgos en los que ROSMARINUS podría incurrir son:

1. Riesgos Internos⁴

El factor vulnerable más crítico para ROSMARINUS podría ser no satisfacer la demanda externa, esto podría ocasionar un retroceso en las operaciones internacionales. Sin embargo se han previsto algunas actividades para no llegar a este extremo: la adquisición de una máquina secadora de papel es un ejemplo de estas previsiones. El secado es la parte más tardada del proceso de producción, en caso de descompostura se podrá buscar el servicio necesario para su reparación o por el contrario se planteará la situación de atraso de producción con el cliente buscando la mejor situación para él. No se menciona ningún otro tipo de maquinaria o equipo porque es un producto considerado artesanal por ser echo a mano.

Hablando de aspectos jurídicos, no pueden surgir demandas judiciales por parte de los consumidores porque el papel es universal y su uso es igual o similar en todo el mundo y no causa daño alguno.

Otro factor que pudiera considerarse dentro de riesgos internos es la falta de capital de trabajo, aunque por la situación económica del país es muy difícil que la

⁴ Se refieren a todas aquellas actividades internas de la empresa que pudieran entorpecer sus operaciones.

mano de obra no calificada desaparezca, sin embargo podría suceder que la demanda de mano de obra no calificada se incremente a causa de una disminución en la oferta de la misma lo cual ocasionaría un aumento en el salario.

En ROSMARINUS no existe el riesgo de que algún miembro directivo se marchara ya que es una empresa familiar y tienen pensado continuar.

ROSMARINUS tiene la habilidad y los recursos necesarios para incrementar la producción rápidamente en respuesta a un crecimiento rápido en las ventas, por ser una empresa que trabaja de manera natural, es decir, no utiliza altas tecnologías que por su costo impidan el incremento de la producción, lo único que necesitaría es incrementar su personal.

No existen riesgos potenciales relacionados con el producto que pueda afectar la rentabilidad de la empresa, porque no está basada en la producción del papel, como se pudo ver en capítulos anteriores ROSMARINUS produce una diversidad de artículos los cuales sostienen de muy buena manera la empresa.

En caso de no alcanzar las metas de ventas en un principio, buscará la manera de incrementarlas o de introducir su producto a otros mercados aunque tenga que realizar algún cambio al producto, lo cual difícilmente pasaría por ser un producto universal.

Un retraso en el desarrollo del producto, representaría una potencial pérdida de mercado para ROSMARINUS con las lógicas pérdidas de posicionamiento y utilidades.

2. Riesgos Externos⁵

Uno de los factores más importantes dentro de los riesgos externos son los cambios en las regulaciones gubernamentales tanto en México como en Estados Unidos, con esto me refiero a legislaciones proteccionistas que podrían ocasionar un incremento en los costos, pero de hecho con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte está muy claro que el papel ha quedado desgravado de aranceles y no requiere de ninguna regulación no arancelaria para poder ingresar a Estados Unidos según información obtenida de la Agencia Aduanal de Castillo Velazco y Asociados.

Aunque no queda descartado que pudieran pasar situaciones adversas como el dumping auspiciado por la posible competencia, es en extremo difícil que este tipo de circunstancias afecten a la empresa dado que Rosmarinus no vende por debajo de sus costos.

Importante es mencionar que el panorama observado desde hace algunos años en las relaciones políticas entre México y Estados Unidos es buena, muestra de ello es el incremento diario en las operaciones internacionales entre ambos

⁵ Se refieren a todas aquellas actividades del entorno del mercado que pudieran entorpecer sus operaciones ya sea en el mercado doméstico o en el mercado internacional.

países, encontrando un superávit favorable para México en la balanza comercial, además de que México es el segundo socio comercial de Estados Unidos. El gobierno estadounidense siempre ha apoyado a México pero a la vez condiciona no oficialmente al gobierno mexicano en cuestiones políticas y económicas. Nuestro país se encuentra en una posición difícil porque tiene que sobrellevar la relación a causa de las represalias que Estados Unidos pudiera tomar en su contra.

Otro de los riesgos externos más temidos es la posibilidad de que los consumidores del mercado meta no acepten el papel por distintas razones como la cultural, lo cual como ya se ha explicado con anterioridad es extremadamente difícil por que el uso del papel en todo el mundo es el mismo, con la gran diferencia de que este tipo de papel es agradable a la vista y sirve para el área de decoración y de artículos de regalo u oficina. Lo que podría llegar a suceder y se tiene contemplado es que exista una diferencia en cuanto a la cultura herbolaria de un país a otro. En este caso Rosmarinus debe invitar a sus posibles clientes que no la tienen a hacer conciencia y explicarles que no causa ningún daño sino que por el contrario son bastos los beneficios que obtendrían al aplicar esta cultura.

En caso de que surjan innovaciones tecnológicas en la creación de este tipo de papel, ROSMARINUS no se vería afectada en sus operaciones dado que la característica más importante del papel ROSMARINUS es el hecho de que se hace completamente a mano por lo que es considerado tipo artesanal, así es de que un papel con los mismos ingredientes industrializado perdería esta importante característica.

Existe la posibilidad de financiamiento por parte de un banco de desarrollo tanto en México como en los Estados Unidos, BANCOMEXT y NAFIN del lado mexicano y el EXIMBANK por el lado estadounidense, el riesgo de una devaluación del peso frente al u.s. dólar siempre estará vigente aunque durante esta administración se ha mantenido el tipo de cambio en un régimen de libre flotación (ley de oferta y demanda) por lo que se vislumbra poco probable que se presente una devaluación en el futuro próximo ya que día a día el tipo de cambio se actualiza según las necesidades del mercado y sin crear presiones inflacionarias o devaluatorias.

En cuanto a la infraestructura de distribución y transporte no existe riesgo alguno porque los dos países involucrados en este proyecto (México y Estados Unidos) cuentan con dicha infraestructura y no tienen problemas en cuanto al tiempo de entrega a causa de la transportación.

PROVISIONES DE SEGUROS

Se recomienda contratar seguro contra robo para todas las instalaciones que manejen efectivo, un seguro contra incendio para las instalaciones y contratar seguros de cobertura amplia para los automóviles que la empresa utilice.

PROYECCIONES FINANCIERAS

BALANCE GENERAL CON PROYECCIONES A CINCO AÑOS (SUPUESTO)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ACTIVO								
Activo Circulante								
Caja	3,000	3,200	3,500	5,000	5,000	7,000	8,000	9,000
Bancos	87,875	157,506	238,005	255,840	345,681	450,654	550,943	605,450
Clientes	186,589	198,560	268,570	192,476	201,584	305,687	250,487	305,450
Almacén	275,098	312,048	345,078	251,584	175,896	205,680	195,478	205,687
Deudores	56,834	23,587	10,589	108,504	125,870	123,857	145,785	206,875
Total	609,396	694,901	865,742	813,404	854,031	1,092,878	1,150,693	1,332,462
Activo fijo								
Equipo de Transporte	350,000	350,000	203,000	203,000	338,000	338,000	443,000	443,000
Mobiliario y Equipo de Oficina	57,964	65,389	65,389	65,389	78,950	78,950	85,690	103,068
Equipo de Computo	66,584	75,045	90,548	90,548	120,548	136,897	136,897	136,897
Maquinaria	159,563	159,563	101,562	128,950	224,406	236,875	236,875	321,578
Depreciación de Activo fijo	219,254	248,569	278,521	312,582	365,870	405,698	445,689	493,587
Total	414,857	401,428	181,978	175,305	396,034	385,024	456,773	510,956
Activo diferido								
Gastos de Instalación	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000
Amortización de Gtos.de Inst.	10,000	11,250	12,500	13,750	15,000	16,250	17,500	18,750
Total	15,000	13,750	12,500	11,250	10,000	8,750	7,500	6,250
TOTAL ACTIVO	1,039,253	1,110,079	1,060,220	999,959	1,260,065	1,486,652	1,614,966	1,849,668

BALANCE GENERAL CON PROYECCIONES A CINCO AÑOS (continuación)

PASIVO

Pasivo circulante

Proveedores	86,995	75,650	85,678	75,678	124,565	165,870	89,605	68,904
Acreedores	23,005	23,589	26,548	26,544	56,897	60,548	56,087	56,045
Impuestos por Pagar	13,000	25,654	24,589	15,687	23,879	35,608	45,089	45,068
Total	123,000	124,893	136,815	117,909	205,341	262,026	190,781	170,017

Total Pasivo	123,000	124,893	136,815	117,909	205,341	262,026	190,781	170,017
---------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

CAPITAL

Patrimonio	550,000	550,000	550,000	550,000	660,000	660,000	660,000	660,000
Utilidad del ejercicio	319,548	68,933	(61,781)	(41,355)	62,673	169,903	199,559	255,466
Utilidad de ejercicios anteriores	46,705	366,253	435,186	373,405	332,050	394,724	564,626	764,185

TOTAL CAPITAL	916,253	985,186	923,405	882,050	1,054,724	1,224,626	1,424,185	1,679,651
----------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Pasivo mas Capital	1,039,253	1,110,079	1,060,220	999,959	1,260,065	1,486,652	1,614,966	1,849,668
---------------------------	------------------	------------------	------------------	----------------	------------------	------------------	------------------	------------------

ESTADO DE RESULTADOS CON PROYECCIONES A CINCO AÑOS (SUPUESTO)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Ventas	785,237	816,646	841,762	968,026	1,161,631	1,626,284	2,439,426	3,415,196
Costo de Ventas	314,095	520,458	667,504	758,054	805,642	1,134,532	1,701,798	2,350,450
Utilidad o Pérdida	471,142	296,188	174,258	209,972	355,989	491,752	737,628	1,064,746
Gastos de Operación								
Gastos de Venta	127,503	132,605	135,001	145,845	168,975	198,575	350,687	405,450
Gastos de Administración	27,086	98,554	105,201	106,805	122,384	125,605	189,658	405,420
Utilidad o Pérdida de Operación	316,553	65,029	(65,944)	(42,678)	64,630	167,572	197,283	253,876
Productos Financieros	7,502	8,506	9,850	5,890	4,585	8,909	9,865	10,562
Gastos Financieros	4,507	4,602	5,687	4,567	6,542	6,578	7,589	8,972
Utilidad o Pérdida del Ejercicio	319,548	68,933	(61,781)	(41,355)	62,673	169,903	199,559	255,466

Durante los últimos tres años las utilidades han disminuido llegando al punto que en el 2000 hay una pérdida contable, esto puede ser debido a factores como la crisis económica, competencia, etc. Además se observa en los estados financieros el incremento de cartera por obtener activos, incremento de inventarios, la disminución de activos e incremento en los costos, esto debido a que la empresa fue perdiendo la capacidad de inversión.

Con este proyecto de exportación encontramos según la proyección esperada apertura de mercados que esto traerá un incremento significativo en las ventas, y año con año se irán incrementando las utilidades lo cual significará que Rosmarinus tendrá mayor liquidez para invertir y estar a un buen nivel, además irá aumentando la rentabilidad disminuyendo su considerablemente su cobranza, sus inventarios, sus costos y aumentando sus activos fijos.

RAZONES FINANCIERAS (SUPUESTAS)

RAZON CIRCULANTE

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ACTIVO								
<i>Activo Circulante</i>								
Caja	3,000	3,200	3,500	5,000	5,000	7,000	8,000	9,000
Bancos	87,875	157,506	238,005	255,840	345,681	450,654	550,943	605,450
Clientes	186,589	198,560	268,570	192,476	201,584	305,687	250,487	305,450
Almacen	275,098	312,048	345,078	251,584	175,896	205,680	195,478	205,687
Deudores	56,834	23,587	10,589	108,504	125,870	123,857	145,785	206,875
<i>Total</i>	<i>609,396</i>	<i>694,901</i>	<i>865,742</i>	<i>813,404</i>	<i>854,031</i>	<i>1,092,878</i>	<i>1,150,693</i>	<i>1,332,462</i>
PASIVO								
<i>Pasivo circulante</i>								
Proveedores	86,995	75,650	85,678	75,678	124,565	165,870	89,605	68,904
Acreedores	23,005	23,589	26,548	26,544	56,897	60,548	56,087	56,045
Impuestos por Pagar	13,000	25,654	24,589	15,687	23,879	35,608	45,089	45,068
<i>Total</i>	<i>123,000</i>	<i>124,893</i>	<i>136,815</i>	<i>117,909</i>	<i>205,341</i>	<i>262,026</i>	<i>190,781</i>	<i>170,017</i>
RAZON CIRCULANTE	4.95	5.56	6.33	6.90	4.16	4.17	6.03	7.84

El valor promedio de la industria para la Razón Circulante es de 2.5% lo cual significa que por cada 2.5 unidades monetarias invertidas en activo circulante, se puede deber o financiar 1 unidad sin afectar la posición económica de la empresa.

Las prácticas conservadoras indican que si la razón circulante es menor a 1, entonces la empresa corre el riesgo de no poder pagar sus deudas a corto plazo situación no observada en ninguno de los años mostrados en el cuadro anterior. Es evidente que en todos los años de la tabla, la razón circulante es mayor a 2.5, lo cual indica que la empresa no ha necesitado del financiamiento y las proyecciones muestran la misma tendencia, por lo tanto se proyecta alto poder de liquidez a corto plazo y la no utilización del financiamiento.

PRUEBA DEL ACIDO

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ACTIVO								
Activo Circulante								
Caja	3,000	3,200	3,500	5,000	5,000	7,000	8,000	9,000
Bancos	87,875	157,506	238,005	255,840	345,681	450,654	550,943	605,450
Clientes	186,589	198,560	268,570	192,476	201,584	305,687	250,487	305,450
Almacen	275,098	312,048	345,078	251,584	175,896	205,680	195,478	205,687
Deudores	56,834	23,587	10,589	108,504	125,870	123,857	145,785	206,875
Total	609,396	694,901	865,742	813,404	854,031	1,092,878	1,150,693	1,332,462
A.Circulante - Inventario	334,298	382,853	520,664	561,820	678,135	887,198	955,215	1,126,775
PASIVO								
Pasivo circulante								
Proveedores	86,995	75,650	85,678	75,678	124,565	165,870	89,605	68,904
Acreedores	23,005	23,589	26,548	26,544	56,897	60,548	56,087	56,045
Impuestos por Pagar	13,000	25,654	24,589	15,687	23,879	35,608	45,089	45,068
Total	123,000	124,893	136,815	117,909	205,341	262,026	190,781	170,017
PRUEBA DEL ACIDO	2.72	3.07	3.81	4.76	3.30	3.39	5.01	6.63

Dado que los inventarios son los activos menos líquidos, se sustraen del activo circulante para obtener el activo circulante de disponibilidad inmediata con el que se cuenta para hacer frente a las obligaciones de corto plazo sin caer en la necesidad de vender inventarios.

Se considera que una razón de 1 es un buen indicativo ya que con este resultado se asegura que lo que se debe es exactamente igual a lo disponible para pagar sin vender inventarios.

Como se puede observar en el cuadro anterior, el activo circulante de disponibilidad inmediata (activo circulante - inventario) en todos los años es mayor que el total del pasivo circulante, lo cual indica que para todos los años presentados, la capacidad de pago ante las obligaciones fue y será mayor a las obligaciones por pagar.

RAZON DE DEUDA TOTAL

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ACTIVO								
Activo Circulante								
Caja	3,000	3,200	3,500	5,000	5,000	7,000	8,000	9,000
Bancos	87,875	157,506	238,005	255,840	345,681	450,654	550,943	605,450
Clientes	186,589	198,560	268,570	192,476	201,584	305,687	250,487	305,450
Almacen	275,098	312,048	345,078	251,584	175,896	205,680	195,478	205,687
Deudores	56,834	23,587	10,589	108,504	125,870	123,857	145,785	206,875
<i>Total</i>	<i>609,396</i>	<i>694,901</i>	<i>865,742</i>	<i>813,404</i>	<i>854,031</i>	<i>1,092,878</i>	<i>1,150,693</i>	<i>1,332,462</i>
Activo fijo								
Equipo de Transporte	350,000	350,000	203,000	203,000	338,000	338,000	443,000	443,000
Mobiliario y Equipo de Oficina	57,964	65,389	65,389	65,389	78,950	78,950	85,690	103,068
Equipo de Computo	66,584	75,045	90,548	90,548	120,548	136,897	136,897	136,897
Maquinaria	159,563	159,563	101,562	128,950	224,406	236,875	236,875	321,578
Depreciación de Activo fijo	219,254	248,569	278,521	312,582	365,870	405,698	445,689	493,587
<i>Total</i>	<i>414,857</i>	<i>401,428</i>	<i>181,978</i>	<i>175,305</i>	<i>396,034</i>	<i>385,024</i>	<i>456,773</i>	<i>510,956</i>
Activo diferido								
Gastos de Instalación	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000
Amortización de Gtos.de Inst.	10,000	11,250	12,500	13,750	15,000	16,250	17,500	18,750
<i>Total</i>	<i>15,000</i>	<i>13,750</i>	<i>12,500</i>	<i>11,250</i>	<i>10,000</i>	<i>8,750</i>	<i>7,500</i>	<i>6,250</i>
Total Activo	1,039,253	1,110,079	1,060,220	999,959	1,260,065	1,486,652	1,614,966	1,849,668
PASIVO								
Pasivo circulante								
Proveedores	86,995	75,650	85,678	75,678	124,565	165,870	89,605	68,904
Acreedores	23,005	23,589	26,548	26,544	56,897	60,548	56,087	56,045
Impuestos por Pagar	13,000	25,654	24,589	15,687	23,879	35,608	45,089	45,068
<i>Total</i>	<i>123,000</i>	<i>124,893</i>	<i>136,815</i>	<i>117,909</i>	<i>205,341</i>	<i>262,026</i>	<i>190,781</i>	<i>170,017</i>

Total Pasivo	123,000	124,893	136,815	117,909	205,341	262,026	190,781	170,017
RAZON DEUDA TOTAL	11.84%	11.25%	12.90%	11.79%	16.30%	17.63%	11.81%	9.19%

Esta variable mide el porcentaje total de fondos provenientes de instituciones de crédito, en la generalidad un 33% es bien vista como tasa de deuda total.

Como se puede apreciar en el cuadro, tanto en los años pasados como en los proyectados el porcentaje de deuda total es mucho menor al 33% por lo tanto, de ser necesario un financiamiento, ésta razón muestra que la empresa es y sería capaz de aforar créditos que le ayuden a alcanzar sus objetivos de corto, mediano y largo plazo.

ANEXO 1

TABLA DE HIERBAS Y FLORES CON LAS CUALES SE REALIZA EL PAPEL "ROSMARINUS"

Acedera/Lengua de vaca (<i>Rumex acetosa</i>) (P)	Cebollin (<i>Allium schoenoprasum</i>) *(P)
Achicoria (<i>Chichorium intybus</i>) (P)1	Cebollín de ajo(<i>Allium tuberosum</i>) *(P)
Agastache (<i>Agastache anisata</i>) (P)	Chile guajillo
Ajenjo (<i>Artemisia absinthium</i>) (P)	Chile morita
ALBAHACA (<i>Ocimum basilicum</i>) (A/P)	Chile serrano
Albahaca arbusto	Cilantro (<i>Coriandrum sativum</i>) (A)
Albahaca canela	Clavel antiguo (<i>Diantuscaryophyllus</i>) (P)
Alabahaca dulce	<i>Coreopsis</i> (<i>Coreopsis tinctoria</i>) (A)
Albahacagriega	Citronelo (<i>Citronellum</i>)
Albahaca limón	Clorinda (Clorinda) (Esencia a cedro)
Alabahaca napolitana	Crespo (Limón duro) (<i>Crispum</i>)
Albahaca olanes morados	Cineraria
Albahaca olanes verdes	Dalia
Albahaca opal oscuro	Eneldo (<i>Anethum graveolens</i>) *(A)
Albahaca árbol	Epazote (<i>Chenopodium ambrosoides</i>) (A)
Althea	Epazote del zorrillo
Alquemilla (<i>Alchemilla vulgaris</i>) *(P)	Estrella de la noche (<i>Oenothera biennis</i>)
Ambar (P)	(Bi)
Angelica (<i>Angelica archangelica</i>) (Bi)	Estrella de belen
Atemis tintoria (<i>Anthemis tinctoria</i>)(P)	Eucalipto limón (Árbol) (P)
Antrisco (<i>Aanthriscus cerefolium</i>) *(A)	Fenogreco (<i>Trigonella foenum-graecum</i>)
Apio (<i>Apium graveolens</i>) (Bi)	*(A)
Apio crispum (P)	Fresa silvestre (<i>Fragaria vesca</i>) (P)2
Araujia (<i>Araujia sericofera</i>) (P)	Geranio/pelagornio (Perfumados) *(P)
Asperula (<i>Asperula odorata</i>) (P)2	Gris -lady plimouth (<i>Menta</i>)
Bonita (Patula)	Hoja santa (<i>Piper sanctum</i>) (P)
Brocado español	Huele de noche (<i>Cestrum nocturnum</i>)
Borraja (<i>Borago officinalis</i>) *(A)	(Arbusto) (P)
Caléndula (<i>Calendula officinalis</i>) (A)	Heliotropo morado (<i>Heliotropium marino</i>)
Canelilla	(P)
Cataranto (<i>Catharanthus roseus</i>) (P)	Heliotropo lila (<i>Heliotropium peruvianum</i>)

(P)
 Hierba gatera (*Nepeta cataria*) (P)
 Hinojo (*Foeniculum vulgare*) (P)
 Hinojo bronce(*Foen. vul.purpurascens*) (P)
 Hipericón (*Hypericum perforatum*) (P)
 Hisopo (*Hyssopus officinalis*) *(P)
 Jasmín (*Jasminum officinale*) (P)
 Jasmín amarillo
 Jengibre (*Zingiber officinale*) *(P)2
 Lavanda (*Lavandula angustifolia*) (P)
 Leonora (*Leonorus cardíaca*)(P)
 Lipia (*Lippia citriadora*) *(P)
 Lippia grande
 Malva/rosa (*Graveolens*) (Limón y rosas)
 Manzana (*Odoratissimun*)
 Mentol (*Tomentosum*)
 Menta corsica (*Requienii*)
 Menta eucalipto
 Menta lavanda
 Menta limón
 Menta té negro
 Milenrama (*Achillea millefolium*) (P)
 Mirto (*Myrtus communis*) (P)
 Muitle (P)
 No-me-olvides/pens. (*Myosotys sylvatica*) (P)2
OREGANOS (P)
 Orégano (*Origanum vulgare*)
 Orégano nana (*Compactum*)
 Orégano griego
 Orégano dorado (*Aureum crispum*)
 Patón (*Radens*) (Rosa y menta)
 Pasiflora/pasionaria (*Passiflora cerulea*) (P)
 Pasiflora (Globo)
 Perejil (*Petroselinum crispum*) (P)
 Perejil chino
 Perejil italiano

Madreselva (*Lonicera caprifolium*) (P)
 Mandevilia (*Mandevilia suaveolens*) (Enred.)
 Manzanilla (*Matricaria chamomilla*) (A)
 Manzanilla romana (*Anthemis nobilis*) (P)
 Maracuya (*Passiflora brasileña*) (P)
 Marrubio (*Marrubium vulgare*) *(P)
 Maravilla rayada
 Mandarinina (*Tenuifolia*)
 Mastuerzo (*Tropaeolum majus*) (A)
 Mejorana (*Origanum onites*) (P)
 Mejorana dulce (*Origanum majorana*) (P)
 Melisa (*Melissa officinalis*) *(P)
 Menta (P)
 Menta agua de colonia (*Piperita citrata*)

 Planta Curry (*Helichrysum angustifolium*) (P)
 Planta maggie (*Levisticum officinale*) (P)1,2
 Pyretro (*Chrysanthemum cinerarifolium*) (P)
 Rosa/limón (*Capitatum*)
 Raíz fuerte (*Armoracia rusticana*) (P)
 Romero (*Rosmarinus officinalis*) *(P)
 Romero Lavanda (*Prostatum*) (P)
 Romero mediterraneo (P)
 Romero miss jessop (P)
 Rosa de castilla (*Rosa centifolia*) (P)
 Ruda (*Ruta graveolens*) (P)
 Ruibarbo (*Rheum rhaponticum*) (P)1,2
 Sábilas (*Aloe vera*) *(P)
 Suculentas (P)
 Solanum
 Sábila grande (P)
SALVIAS
 Salvia cleverdali (P)

Salvia esclarea (Sclarea) (Bi,P)
 Salvia española (Lavandulifolia) (P)
 Salvia officinalis *(P)
 Salvia mexicana (Leucantha) (P)
 Salvia mirto (Coccinea) (P)
 Salvia piña (Rutilans) (P)
 Salvia plateada (Argentea) (Bi)
 Salvia purpurea (Officinalis
 purpurascens) (P)
 Salvia purpurea (Grande) (P)
 Salvia zarzamora (Microphylla) (P)
 Santa maría (Tanacetum parthenium)
 *(A/P)

Santa maría dorada
 Santolina (Santolina chamaecyparissus)
 *(P)
 Saponaria (Saponaria officinalis) (P)
 Satureja (Satureja hortensis) (Summer
 savory) (A)
 Sauco (Sambucus nigra) (P)
 siempreviva *(P)
TABACO (Nicotina) (A)
 Tabaco alata (Alata)
 Tabaco burley (Tabacum burley)
 Tabaco silvestre (Silvestris)
TAGETES *(A)
 Té cedrón chico (Cedronella canariensis)
 *(P)
 Té cedrón grande *(P)
TOMILLOS (Thymus) (P)
 Tomillo arches gold
 Tomillo cítrico rastrero (Sserpyllum
 citrodorus)
 Tomillo cuajada de limón
 Tomillo golden king
 Tomillo limón
 Tomillo naranja
 Tomillo praecox

Tomillopulegioides
 Tomillo (Vulgaris)
 Tomillo silvestre
 Toronjil (Agastache mexicana)
 Valeriana (Valeriana officinalis) *(P)
 Verbena (Verbena officinalis) *(P)
 Violeta (Viola odorata)
 Yerbabuena (Mentha spicata) *(P)
 Yerbabuena china *(P)

P= todo el año

A= anual

Bi= bianual

NOTA: las letras expresadas en
 la tabla nos dan la temporada de
 cultivo, para fines de pedidos.

ANEXO 2

TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE CERTIFICADO DE ORIGEN

1. NOMBRE Y DOMICILIO DEL EXPORTADOR: NÚMERO DE REGISTRO FISCAL: _____	2. PERÍODO QUE CUBRE (D/M/A): _____ DE: _____ A: _____
3. NOMBRE Y DOMICILIO DEL PRODUCTOR: NÚMERO DE REGISTRO FISCAL: _____	4. NOMBRE Y DOMICILIO DEL IMPORTADOR: NÚMERO DE REGISTRO FISCAL: _____

5. DESCRIPCIÓN DE (LOS) BIEN (ES)	6. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	7. CRITERIO PARA TRATADO PREFERENCIAL	8. PRODUCTOR	9. COSTO NETO	10. PAÍS DE ORIGEN

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE:

* LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE DOCUMENTO ES VERDAD Y EXACTA Y ME HAGO RESPONSABLE DE COMPROBAR LO AQUÍ DECLARADO. ESTOY CONSCIENTE QUE SERÉ RESPONSABLE POR CUALQUIER DECLARACIÓN FALSA U OMISSION HECHA EN RELACIÓN CON EL PRESENTE DOCUMENTO.

* ME COMPROMETO A CONSERVAR Y PRESENTAR, EN CASO DE SER REQUERIDO, LOS DOCUMENTOS NECESARIOS QUE RESPALDEN EL CONTENIDO DEL PRESENTE CERTIFICADO, ASÍ COMO A NOTIFICAR POR ESCRITO A TODAS LAS PERSONAS A QUIENES ENTREGUE EL PRESENTE CERTIFICADO, DE CUALQUIER CAMBIO QUE PUDIERA AFECTAR LA EXACTITUD O VALIDEZ DEL MISMO.

* LOS BIENES SON ORIGINARIOS DEL TERRITORIO DE UNA O MÁS DE LAS PARTES Y CUMPLEN CON LOS REQUISITOS DE ORIGEN QUE LES SON APLICABLES CONFORME AL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE, NO HAN SIDO OBJETO DE PROCESAMIENTO ULTERIOR O DE CUALQUIER OTRA OPERACIÓN FUERA DE LOS TÉRMINOS DE LAS PARTES, SALVO EN LOS CASOS PERMITIDOS EN EL ARTÍCULO 411 O EN EL ANEXO 401:

* ESTE CERTIFICADO SE COMPONE DE: _____ HOJAS INCLUYENDO TODOS SUS ANEXOS.

11a. FIRMA AUTORIZADA:	11b. EMPRESA:	
11c. NOMBRE:	11d. CARGO:	
11e. FECHA (D/M/A):	TELÉFONO:	FAX:

ANEXO 3

INFORMACION DE POSIBLES CLIENTES EN OTROS ESTADOS

PRINCIPALES GRUPOS DE EMPRESAS DE COMPRA POR CATALOGO

CONSOLIDATED MERCHANDISE

Direccion: 15 Spinning Wheel Rd. Suite 310 Hinsdale, IL 60521

Telefono: 708/920 1544

Fax: 708/920 0311

Procedimiento: Envio de muestra

Descripcion: Articulos para el hogar vy regalos

J & B MARKETING CORPORATION

Direccion: 555 Iron Bridge Rd. Freehold, New Jersey 07728

Telefono: 908/431 4747

Fax: 908/409 2554

Procedimiento: Envio de muestra

Descripcion: Articulos decorativos, de mesa, accesorios decorativos, cristal, platería, ropade cama y articolos para el hogar

SPECTRA PRODUCTS INC

Direccion: 139 Grand Ave. Johnson City, NY 13790

Telefono: 607/770 1985

Fax: 607/798 7771

Procedimiento: Envio de muestra

Descripcion: Articulos para el hogar y regalos

PRINCIPALES TIENDAS DE REGALOS Y PAPEL

BROSWORTH PAPER CHASE

Direccion: 6300 West by Nothwest Blvd # 200 Houston, TX 77040
Telefono: 713/329 9661
Fax: 713/329 9670

LEWIS PAPER PLACE

Direccion: 236 Egidi Drive, Wheeling, IL. 60090
Telefono: 847/520 3386
Fax: 847/520 4992

PAPER ACCESS

Direccion: 23 West 18th between 5th and 6th avenue New York, NY 10011
Telefono: 212/463 7035
Fax: 212/463 7022

METROPOLITAN DELUXE

Direccion: 1034 North Highland Avenue Atlanta, GA. 30306
Telefono: 404/892 9337

GREAT ACE

Direccion: 2639 North Elston Ave Chicago, IL. 60647
Telefono: 773/348 0705

JENSEN LEWIS

Direccion: 161 West 15 St New York, NY. 10128
Telefono: 212/534 1510

LAYTNER'S LINEN & HOME

Direccion: 237 East 86th Street New York, NY. 10028
Telefono: 212/996 4439
Email: laytners@aol.com

NUVO

Direccion: 3900 Cedar Springs Dallas, TX. 75219
Telefono: 214/522 6886

EL COQUI GIFTS

Direccion: 1840 Oak Avenue, Suite 127 Evanston, ILL.

Telefono: 847/7339510

Fax: 847/7339512

Contacto: Loida Rosario

ART CRAFTS INC.

Direccion: C J Clark 135 Canal street Road New York, NY 40015

Telefono: 212/8262978

Fax: 212/8262979

ANEXO 4

HISTORIA

EL PAPEL EN CHINA Y JAPON

Se cree que el papel fue inventado en China, hacia el año 200 a. C., y ciertamente, existen ejemplos de papel descubiertos junto a tablillas de madera que contienen esa fecha. Los primeros papeles son de seda y lino, pero de pobre calidad para la escritura, y por ello fueron utilizados principalmente para envolver.

La invención del papel se atribuye a Ts'ai Lun, en el 105 a. C. En esa época era el jefe de los eunucos del Emperador, y estaba al frente de los suministros de la Casa Real. Ts'ai Lun fue el primero en organizar la producción del papel a gran escala, y se las arregló para conseguir las patentes exclusivas para hacerlo. China en ese tiempo era ya una sociedad burocrática que requería documentos en abundancia para llevar sus registros por escrito. Estaban sentadas las bases para el desarrollo de un material más ligero, fácil de almacenar y transportar que las existentes tablillas de madera o las telas de seda.

Debe citarse el importante rol que los caracteres chinos o ideogramas jugaron como forma de unificación, por su capacidad de ser comprendidos por gentes que hablaban distintas lenguas, desde la misma China, hasta Corea o Japón, y cuyas culturas fueron influidas por la primera, hablaban lenguas distintas, pero todos comprendían lo que escribían los demás. Es en esa época

cuando el papel comenzó a ser usado para registrar la escritura y surgen los métodos tradicionales de fabricación de papel kozo (es probablemente la fibra más fuerte y resistente de todas las fibras empleadas en la fabricación manual de papel, sus largas y nervudas fibras no se deforman con el uso, son de unos 10 mm de largo y se mantienen firmes incluso cuando se arrugan o doblan) y los de corteza de morera (Thai-sa).

China en el siglo IX, usa el bambú como fibra, anticipándose a la pulpa de madera empleada por los fabricantes de papel en Europa en el siglo XVIII. Para el siglo X, ya se empleaban las marcas de agua, el uso del papel como dinero y la impresión. La manufactura del papel se extendió de China a Corea. En el año 610, el sacerdote Ramjing de Koryo en Corea, fue a Japón para brindar asesoría en la producción de pinceles, tinta y papel. Ese fue el comienzo de una seria producción de papel en Japón.

EXPANSION HACIA OCCIDENTE (ASIA - AFRICA)

El papel entró por la ruta del Oeste, cruzó el Turquestán, Persia, y Siria, para finales del siglo V era usado en toda Asia Central.

Gracias a una invasión en territorio chino, la fabricación del papel se extendió hacia el oeste vía Samarkanda. Los fabricantes de papel chinos se vieron forzados a revelar el secreto del arte de fabricar papel a cambio de la libertad o de sus vidas. La producción se establece en Samarkanda en el año

751, usando el abundante lino local y cáñamo para producir un papel de suave y fibrosa apariencia.

En el 795, una segunda fábrica comenzó a funcionar en Bagdad, usando fabricantes de papel chinos, desde allí se extendería un arte perfecto hacia el norte de Africa. Los árabes fueron los que introdujeron varias innovaciones, incluyendo medidas estándar y colores, un método para envejecer el papel, más la introducción de alambres en los moldes.

LA LLEGADA DEL PAPEL A EUROPA (732)

No pasaron más de mil años cuando España es conquistada por los Moros y la producción de papel llega a Europa. Los árabes no perdieron tiempo en establecer talleres locales para la producción de papel. El primer taller fue fundado en Córdoba en 1036, seguido por otro en 1144, en el pueblo de Xátiva (Játiva) en la costa oriental de la Península Ibérica. Uno de los primeros ejemplos de papel realizado en España puede encontrarse en el Monasterio de Santo Domingo, de Silos, cerca de Burgos, incluyendo manuscritos del siglo X, la mayoría de las páginas se hacían de vitela, las de papel estaban fabricadas con largas fibras de lino y contenían una proporción de almidón similar a la del clásico papel árabe. En ese tiempo España, fue el principal centro de las enseñanzas clásicas, de la medicina y matemáticas por ello el papel jugó un rol significativo.

Posteriormente es en Italia donde encontramos la fabricación del papel, y se piensa que su extensión tuvo lugar a través de España o Sicilia con las Cruzadas. La primera referencia sobre producción del papel en Italia, es de 1275-1276, en el pueblo de Fabriano, aún famoso tanto por sus papeles realizados a mano, como los obtenidos en moldes cilíndricos o en modernas máquinas industriales para elaborar papel. Otros talleres se extenderían pronto por toda Italia. Fabriano, es importante para el desarrollo del papel, por su introducción de papel de trapo, satinado con una cola de gelatina animal. Esta técnica fue muy bien recibida por los escribas y llevó a una mayor aceptación del papel como sustituto del pergamino, ya que permitía a las agudas plumas de ave del momento, trazar libremente sin rasgar la superficie del papel, y que la tinta no penetrara en las fibras absorbiendo como un secante. La técnica de escritura con pluma, predominante en Europa, en contraste con la escritura caligráfica de pincel llevada a cabo en Asia, vino a definir las diferentes características del papel europeo de ese período, si lo comparamos con China o Japón.

Para el siglo XIV, Italia aventajó a España y a Damasco en la producción del papel. Una clara aportación de los productores de papel europeos fue la invención del taller de estampado, lo cual era realizado con un rueda hidráulica, los timbres se manejaban por acción de golpes en forma vertical con el fin de desfibrar la pulpa en agua, esta técnica se usó hasta finales del siglo XIII.

Esta máquina producía e hidrataba muy bien las fibras. Superior a esto

los holandeses, produjeron un golpeador, sin embargo algunos de los estampados fueron herrados y esto contaminó al papel.

La producción fue lenta, entró por el norte hacia el resto de Europa, pero a mediados del siglo XIV, existieron talleres cerca de Languedoc y Angoulem, los cuales aún funcionan en forma de Papeteries Moulin du Verger du Puymoyen. Las marcas de agua eran famosas en los pliegos de papel, y fueron las primeros en usarse en 1539.

A finales del siglo los centros que fabricaban papel se establecieron por toda Francia. La evidencia indica que los talleres de papel existieron en Augssburg, Cologne y Mainz por 1320. En 1390, se utilizaron artesanos de Lombardy, Ulman Stromer, equipado un taller cerca de Nuremberg, probablemente sea el primer taller de papel manufacturado que publicara un libro ilustrado por el artista suizo, Jost Amman. La ilustración es uno de las 139 profesiones y negocios mostrados en dicho libro. Los fabricantes de papel llegaron a establecerse en los países bajos en 1586, con los talleres Lunipart y Van Aelst cerca de Dordrecht, aunque un primer taller existió en Gennep, en 1428. En los siguientes ocho años de guerra, (1568-1648), Holanda, fue productor importante de papel cuando Amsterdam llegó a ser un albergue para los refugiados y comerciantes de toda Europa. Para 1579, continuó la invención de la imprenta y existió una diferenciación entre el impreso en dibujo y la escritura en papel.

El primer papel hecho en Inglaterra fue producido alrededor de 1490, en

el taller de John Tate, cerca de Stevenage en Hertfordshire. El segundo taller en Inglaterra se estableció en los 50 años posteriores en Fen Ditton, por Thomas Thirlby, quien más tarde llegó a ser obispo de Ely. El primer conocimiento de los talleres ingleses comenzó en 1558, en Dartford, Kent; con el alemán John Spilman, quien obtuvo una patente exclusiva de la reina Elizabeth, para recolectar trapos viejos y elaborar papel. En 1610, un taller fue fundado en Wookey Hole, donde el papel continúa aún fabricándose. Durante los siglos XVIII y XIX, Inglaterra estableció una principal producción de papel con alta calidad en talleres como el de Hodgkinsons; en Wookey Hole, y el famoso taller Whatman en Maidstone, Kent.

EL PAPEL EN AMERICA

La producción de papel fue introducida por primera vez hacia el interior de las Américas por los españoles cerca de la ciudad de México alrededor de 1580. Antes de la llegada de los españoles el papel fue usado como sustancia por los Mayas y Aztecas, de forma semejante los hawaianos producían papel suave, lo sacaban de la corteza de los árboles de higo o mora, esta técnica aún es usada por los indígenas del sudeste de México, sin embargo las sustancias puras no se clasificaban como papel.

El primer taller de papel en Norte América, se estableció en Pennsylvania, en el Wissahickon Creek cerca de Germantown por William Rittenhouse. En poco tiempo otros talleres se establecieron. El taller de Ivy, por Thomas Willcox motivó a otros productores de papel, y fue distinguido por

producir papel para impresos y actividades publicitarias de Benjamín Franklin.

Posteriormente en el siglo XVIII y XIX, con la tecnología de impresión se desarrolla un incremento en la alfabetización. Simultáneamente los fabricantes de papel mejoraron sus mecanismos de producción. La primera máquina para elaborar papel fue inventada por el francés Nicholas Louis Robert un empleado del taller Didot en Francia. El cuñado de Roberts, John Gamble, sacó una patente británica en 1801 la cual fue desarrollada y financiada en Inglaterra por Hery y Seale Fourdrinier con la ayuda del joven maquinista llamado Brian Donking quien construyó self acting y automatizó la máquina en Hertfordshire en 1803, la efectividad de ésta creó una sensación.

El principio básico de la máquina Fourdrinier, es suspender la pulpa de papel en agua que es derramada con un movimiento horizontal, las vibraciones de lado a lado causaban que las fibras se intercalaran una con otra. En ese momento esto fue conocido como Dandy, el cual presiona mayormente el agua, al mismo tiempo que imprime las marcas de agua o líneas extendidas sobre la pulpa del papel. Después, esto es transportado a cilindros calientes y secos para que al final del proceso se devanara en un largo rollo perfectamente seco. La mejor producción mundial del papel, es elaborada al estilo de la máquina Fourdrinier.

Otro tipo de máquina para fabricar papel que apareció en este tiempo, fue la máquina con molde cilíndrico, comienza con un movimiento lento, este proceso es capaz de producir papel similar en apariencia y sentirse como papel

hecho a mano. Sin embargo en Inglaterra, un número de individuos estaban trabajando independientemente en una máquina de este tipo, uno de ellos fue John Dickenson, quien produjo la primera máquina comercial en 1809.

Aunque parezca mentira, el primer fabricante de papel en este mundo fue la AVISPA; ésta corta trozos de cortezas y hojas, las muele con sus mandíbulas, forma una pasta con su saliva y con este material construye su nido. El material así obtenido es como cartón, duro y muy resistente.

Hace mas de 2000 años, Tsai-Lung un habitante de la China, comenzó a observar cómo trabajaban las avispas y se le ocurrió hacer algo similar. Trituró pedazos de bambú y de árbol de la morera, los mezcló con agua y formó una pasta líquida. Luego la filtró, la dejó secar y al aplanarla dio nacimiento a la primer hoja de papel.

Su nombre deriva de la palabra PAPYRUS (papiro) con la cual se designó al primer material para escribir echo por el hombre.

Ya hace 6000 años que en Egipto se utilizaban para la escritura, láminas que se obtenían aplanando los tallos del papyrus.

Estos se cortaban a lo largo, en tiras, se colocaban unas al lado de otras y sobre éstas se colocaba otra serie de tiras transversalmente. Ambas capas se encolaban ya sea con el agua lodosa del Nilo, o con una pasta de almidón (engrudo). Se hacía presión sobre estas hojas con un mazo o rodillo y se

secaban al sol.

Debido a la poca comunicación entre culturas de esa época recién a mediados del siglo VIII, el resto del mundo pudo obtener el papel cuando los chinos atacaron a los árabes pero aunque fueron rechazados, entre los prisioneros que quedaron había expertos papeleros, y así fue que a través de los árabes el papel pasó a España llevado por los moros y de allí a Italia cuando España ocupó Sicilia.

Se cree que por el siglo II AC, los chinos iniciaron la fabricación de papel de materias fibrosas. Utilizaban bambú y trapos y se hacía a mano. Fue recién a mediados del siglo XVIII, que comenzó a hacerse mecánicamente y hasta después de la mitad del siglo pasado la materia prima fundamental eran los trapos. Cuando éstos comenzaron a escasear a consecuencia de procedimientos más rápidos, apareció la utilización de la pulpa de madera.

EL PAPEL EN LA ACTUALIDAD

El gran desarrollo del papel se debe, por una parte, a la relación utilidad - precio que le ha permitido imponerse frente a otros materiales en numerosos usos.

El papel, auténtico vehículo de progreso, es un producto casi bimilenario.

A lo largo de los siglos el papel ha demostrado su compatibilidad con los

avances técnicos, que han estado ligados al desarrollo de nuevos productos papeleros: papel offset, papel para fax, papel para fotocopadoras, papel continuo para ordenador, etc. El papel se ha adaptado perfectamente a los avances técnicos, a la velocidad de las máquinas, se ha usado en envases, embalajes y dentro de sus nuevos usos el fax, bebidas, uso alimentario, papeles higiénicos, etc.

El papel con cientos de usos finales, satisface necesidades de comunicación, culturales, educativas, artísticas, higiénicas, sanitarias, de distribución, almacenamiento y transporte de diversas mercancías, en función de estos factores, el producto se diseña cumpliendo una serie de requisitos de textura, resistencia, suavidad, absorción, etc.

La civilización es inconcebible sin el papel, sin éste no existirían las sinfonías de Bethoven, las ecuaciones de Einstein o la obra Don Quijote de La Mancha.

Inicialmente se creyó ver en las nuevas tecnologías al gran enemigo del papel (ordenadores, correo electrónico, fax, etc.) El resultado sin embargo ha sido muy distinto, no sólo se ha demostrado su compatibilidad, sino que además se ha producido un gran impulso en el consumo del mismo.

El consumo de papel para la producción de envases y embalajes ha crecido un 44% en los últimos diez años.

El papelerero es hoy un sector industrial de vanguardia, con gran auge en

los países desarrollados y un importante factor en la economía mundial.

El consumo de papel y cartón actúa como índice del nivel de desarrollo de un país, no en vano se trata de un producto estrechamente vinculado a la cultura, la educación, la comunicación, el comercio, el transporte, la sanidad y la higiene. El consumo per cápita mundial ronda los 50 kg. al año. En los países en desarrollo, la media es de un poco más de 10 kg. por habitante, mientras en los países desarrollados el consumo medio per cápita supera los 150 kg.

En las tres últimas décadas el consumo de papel creció una media cercana al 6% anual en los países en desarrollo y de algo más del 2% en los países desarrollados.

En América del Norte y en Europa se concentra más del 70% de la capacidad de producción de celulosa y el 63% de la capacidad de producción de papel y cartón. En la Unión Europea (UE) hay 200 fábricas de celulosa y más de 1000 fábricas de papel y cartón, con una capacidad de producción global de 37 millones de toneladas de pasta y 83 millones de toneladas de papel y cartón.

El papel se ha convertido en el medio esencial para registrar y transmitir conocimientos e ideas entre individuos, culturas y generaciones. En teoría, el papel puede reunir todos los requisitos de un producto inocuo para el ambiente: es un producto natural, biodegradable, se fabrica a partir de fuentes renovables y puede ser re-utilizado y reciclado.

A pesar de que la práctica de reciclar papel se ha generalizado en la mayoría de los países occidentales, la producción y el consumo de papel nuevo han estado creciendo constantemente en los últimos años. La demanda de papel para impresoras y fotocopadoras está aumentando. La publicidad y el correo directo han prosperado de la mano de economías fuertes y los productos de papel desechables han desplazado en el mercado a muchos otros que son reutilizables. Al mismo tiempo, en los países más industrializados, los productos de papel constituyen el 40% de toda la basura que va a los tiraderos o que es incinerada.

En México la industria de la celulosa y el papel es un sector que representó en 1996 el 0.4% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional; 1.4% del PIB industrial y 1.9% del PIB manufacturero. Se reportaron 67 plantas distribuidas en 18 estados de la república, que dieron empleo a 25,000 personas.

En el mismo año, la producción de celulosa ascendió a 511,307 toneladas, mientras que la de papel fue de 3 millones 219,259 toneladas. Los porcentajes por tipo de papel fueron: papel periódico y para libros de texto 8.38%; papel blanco para escritura e impresión 16.73%; empaques 58.73%; sanitario y facial 15.33%; y especiales 0.83%.

El consumo de papel en México es, según el Instituto Nacional de Recicladores (INARE), de 100 kilogramos por habitante al año, cifra alta si se compara con el principal índice de consumo, el de Estados Unidos, que es de 30

kilogramos per cápita. En el extremo se encuentran naciones como India y China donde esa cifra se reduce a 3 kilogramos por persona.

De acuerdo al INARE, en México se reciclan 270 mil toneladas mensuales de cartón y papel, lo que representa casi el 85% de la producción nacional. Esto significaría que el 15% restante, corresponde efectivamente a papel desechable (sanitario y facial, así como los especiales.) El mismo organismo señala empero, que el país importa un 40% del consumo total de papel.

Es obvio que hay que detener el uso indiscriminado de productos de papel. En lugar de construir nuevas fábricas papeleras, se deben construir nuevas plantas para su reciclaje. Empaquetar cada artículo con dos o tres capas de papel y plástico no es necesario, se deben rechazar dichos artículos.

Si se compara la producción de una tonelada de papel de pasta virgen, con la producción de una tonelada de papel viejo, en la elaboración de esta última se emplea la mitad de energía y la mitad de agua. Tiene también como resultado un 74% menos de contaminación atmosférica y un 35% menos de contaminación del agua, ahorra 15 árboles, reduce vertidos sólidos y crea cinco veces más puestos de trabajo.

Es interesante constatar que los países con mayor consumo de papel muestran también los menores índices de reciclaje.

ANEXO 5

TIPOS DE TRANSPORTE

Aquí se muestra un pequeño análisis de los aspectos a considerar en las prácticas de transporte, empaque y embalaje de exportación.

Algunos de los medios de transporte que podrían ser utilizados para la exportación del papel Rosmarinus son los que se presentan en el siguiente cuadro, detallando sus características principales para facilitar su elección:

	TRANSPORTE MARITIMO	TRANSPORTE AEREO	ENCOMIENDA POSTAL
COSTOS	Bajo por la utilización de contenedores de 20 ó 40 pies	Altos por que depende del peso, con recargos por volúmen	Medio, pero la cantidad a enviar se ve limitada
DOCUMENTACION	Lenta y compleja (conocimiento de embarque)	Media (carta de porte)	Muy simple
PAGO	Antes del transporte	Después del transporte	Antes del transporte
RECOLECCION EN PUERTO	Difícil	Más Fácil	Entrega a la Puerta
LOGISTICA EN PUERTO DE SALIDA Y LLEGADA	Difícil	Fácil	Muy Fácil
COSTOS ADICIONALES DE EMBALAJE	Altos	Bajos	Bajos
DURACION DEL TRANSPORTE	Larga	Corta	Media
PRECIOS ESPECIALES		En algunos casos las líneas aéreas ofrecen precios preferenciales para mercadería	
LIMITACION DE VOLÚMEN	Baja	Media	Alta con respecto a tamaño y precio

De acuerdo a las características del producto, el transporte que más se ajusta a las necesidades de la empresa es el aéreo pero utilizando alguna línea aérea que realice los servicios de entrega internacional por medio de paquetería, esto hace que los precios sean preferenciales, que se tenga una recolección más fácil, que los costos de embalaje sean bajos y la duración del transporte sea corta en comparación con los otros medios de transporte, a demás la limitación de volumen es media.

ANEXO 6

CARTA DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN

Es un instrumento de pago, mediante el cual una institución de crédito (banco emisor) asume el compromiso escrito por cuenta y orden de una persona física o moral (comprador / importador / ordenante) a favor de un tercero (vendedor / exportador / beneficiario) de pagar una suma de dinero o de aceptar letras de cambio a favor del vendedor, ya sea en sus cajas o a través de otra institución de crédito (banco notificador / confirmador), contra la presentación de documentos relativos a la venta de mercancías o prestación de servicios (facturas, documento de embarque, certificados, etc.), los cuales deben cumplir estricta y literalmente con los términos y condiciones estipulados en la misma.

Entre las ventajas que ofrece una Carta de Crédito para el vendedor (exportador / beneficiario) y para el comprador (importador) se encuentran:

EXPORTADOR

IMPORTADOR

REDUCE LA NECESIDAD DE VERIFICAR EL CREDITO DEL COMPRADOR

ESTA SEGURO DE QUE LOS DOCUMENTOS EXIGIDOS EN LA CARTA DE CREDITO SERAN EXAMINADOS POR EXPERTOS

EL EXPORTADOR EVALUA EL CREDITO DEL BANCO EMISOR O CONFIRMADOR, NO DEL ORDENANTE

TIENE LA CERTEZA DE QUE EL PAGO AL VENDEDOR SE EFECTUARA UNICAMENTE CUANDO CONCUERDEN LOS DOCUMENTOS CON LOS TERMINOS Y CONDICIONES DE LA

banco corresponsal (banco notificador/confirmador) en el país del vendedor vía télex contraseñado o SWIFT autenticado, 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 ajusta a la práctica internacional para manejo de Cartas de Crédito, la 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 estipulados, procede a despachar las mercancías. (En caso contrario, deberá solicitar las modificaciones pertinentes al comprador para que éste, a su vez, se las haga llegar a través de los bancos (emisor y notificador / confirmador).

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. Cuando 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.

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 absorben tanto comprador como vendedor en sus respectivos países; sin embargo, este es un punto de negociación entre las partes.

CARTA DE CREDITO

CONOCE PERFECTAMENTE LOS TERMINOS Y CONDICIONES A CUMPLIR PARA OBTENER SU PAGO

PUEDE OBTENER FINANCIAMIENTO DE SU BANCO PARA CUBRIR EL IMPORTE DE LA CARTA DE CREDITO, CON LO CUAL DIFIERE EL PAGO POR LA COMPRA/IMPORTACION DE MERCANCIAS Y/O SERVICIOS QUE ESTA REALIZANDO

Las partes que intervienen son:

Comprador (Importador / Ordenante) es el que solicita la emisión de la Carta de Crédito a su banco y cubre a éste el importe de la misma.

El Vendedor (Exportador) es el beneficiario de la Carta de Crédito

El Banco Emisor (Banco del Comprador) es el banco que emite la Carta de Crédito por cuenta y orden de su cliente

El Banco Notificador / Confirmador (Banco del Vendedor o Beneficiario) es el que le notifica / confirma la Carta de Crédito y se la paga. No es necesario que el beneficiario sea cliente de este banco.

Los pasos que se siguen en una Carta de Crédito 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 la mercancía objeto de la negociación, precio, tiempos 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 contraparte, el comprador se dirige a su banco local (banco emisor) y le da instrucciones para que emita una Carta de Crédito(habiéndosela cubierto en un 100%, ya sea al contado o a través de un financiamiento) a favor de la empresa vendedora / exportadora (beneficiario), misma que deberá enviar a su

ANEXO 7

DOCUMENTACION DE EXPORTACION

La documentación que realiza el exportador es la siguiente:

- 1. FACTURA COMERCIAL:** se debe presentar en original y cuatro copias con firma, en español o ingles dependiendo del país destino, y debe contener la siguiente información:

- * folio
- * lugar y fecha de expedición
- * logotipo del vendedor
- * registro federal de causantes
- * nombre y dirección del vendedor o embarcador
- * nombre y dirección del comprador o consignatario
- * descripción detallada de la mercancía
- * cantidades, peso y medidas del embarque
- * precio de cada mercancía especificando el tipo de moneda
- * tipo de divisa utilizada
- * condiciones de venta

- 2. LISTA DE EMPAQUE:** es un documento que permite al exportador, transportista, a la aduana y al comprador identificar las mercancías y saber qué contiene cada bulto o

caja por lo que debe hacerse un empaque metódico el cual necesariamente debe coincidir con la factura y debe contener la cantidad exacta de artículos que contiene cada bulto, caja u otro tipo de embalaje. En cada bulto se debe anotar las marcas que lo identifiquen, los números y la descripción de las mercancías que contiene. Se elabora en original y seis copias, se entrega al transportista.

3. INSTRUCCIONES DE EMBARQUE O CARTA DE INSTRUCCIONES/ENCOMIENDA: debe hacerse en papel membretado de la empresa y firmado por el representante de exportaciones conteniendo la siguiente información:

- * qué empresa lo envía
- * número de la factura comercial
- * número del talón de embarque
- * si existe lista de empaque
- * si existe certificado de origen
- * si existen folletos para su correcta clasificación
- * por qué línea se embarca
- * a quién se consigna
- * a quién se notifica
- * instrucciones especiales

4. CONOCIMIENTO DE EMBARQUE: es un título de consignación que expide la empresa transportista en original y seis copias en la que se indica que la mercancía se ha embarcado a un destino determinado, hace constar las condiciones en que se encuentra y a partir de ese momento el transportista es responsable de la mercancía hasta el punto de destino. Este documento debe coincidir con los otros documentos. Dependiendo del medio de transporte puede ser:

- * Guía aérea (air way bill)
- * Conocimiento de embarque (bill of lading)
- * Carta de porte (auto transporte)
- * Talón de embarque (ferrocarril)

5. CERTIFICADO DE ORIGEN: es un documento que certifica el origen de las mercancías y el formato varía dependiendo del lugar de destino, en algunos países no es requerido. En nuestro caso de exportación a Estados Unidos se requiere el certificado de origen del Tratado de Libre Comercio de América del Norte localizado en el anexo 2.

La documentación que envía el Agente Aduanal al exportador es:

6. PEDIMENTO DE EXPORTACION: es el documento que realiza el agente aduanal para realizar la exportación y debe contener la firma electrónica en caso del pago por

regulaciones o restricciones o en su defecto contribuciones.

7. **CUENTA DE GASTOS DEL AGENTE ADUANAL:** el vendedor recibe esta cuenta de gastos por parte de su agente aduanal para el cobro de sus servicios y gastos de operación comprobables.

A grandes rasgos, lo anteriormente mencionado es la documentación necesaria para realizar una exportación.

Es sumamente necesario contratar una suscripción al Diario Oficial de la Federación ya que en este se publican todos los cambios en regulaciones de: exportaciones e importaciones, programas de apoyo nacionales de fomento al comercio exterior, documentación relacionada con importaciones - exportaciones y cambios referentes a tratados comerciales internacionales.

BIBLIOGRAFÍA

Guía Básica del Exportador Bancomext

Plan de Negocios de Exportación Bancomext

Agencia Aduanal Del Castillo Velasco y Asociados.

www.home.ica.net/~sfleming/green3.html

www.papertree.com.sg

www.paperculture.com

www.theodora.com/sic-pl.html

www.netsales.netfiles/sic2naics.txt

www.naics.com/info.html

www.aspapel.es/cifras.html

[www.papersite.com/paper to sell.tmp1](http://www.papersite.com/paper_to_sell.tmp1)

www.intentia.com.international/movex

www.yweb.com/130901es.html

www.impi.gob.mx

www.USPTO.gov

www.dataweb.usitc.gov/scripts/sicsitc.asp

www.bancomext.com

www.secofi.gob.mx

www.greenpace.com

www.tradeport.org

www.demographics.com

www.hispanic-market.com