



Proyecto para Titulación
Plan de Negocios de Exportación para la Empresa MUDIC,
Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V.

Departamento:
Ciencias Económico-Administrativas

Período:
Otoño 2014

Clave de la Asignatura:
Plan de Negocios Internacionales

Profesor:
Juan Carlos Botello Osorio

Elaborado por:

ILSE BRITO MUNIVE

Matricula: 8201189

Entrega: Noviembre.2014



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.

Este trabajo es el reflejo del esfuerzo por alcanzar una meta más en la cumbre de mi vida, además de ser para mí, una prueba de perseverancia que demuestra que todo lo que se propone uno en la vida con esfuerzo, disciplina y dedicación se pueden cumplir, por más difíciles que sean las pruebas.

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en momentos de caídas y debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y felicidad. También le doy gracias por poner en mi camino a personas que han dejado huella en mi vida con sus conocimientos y consejos, que me han apoyado en momentos de felicidad y de adversidad.

Le doy gracias a mis padres Roberto y Araceli por apoyarme y darme aliento en todo momento, por los valores inculcados y por haberme dado la oportunidad de tener una educación de calidad en el transcurso de mi vida y sobre todo por ser un ejemplo de vida a seguir.

A mis hermanos Jocabeth y Roberto por ser parte importante de mi vida y representar la unidad familiar, por brindarme su ayuda desde pequeña y por ser ejemplo de que todo lo que se quiere en la vida se puede.

A mis abuelos, primos y tías por su cariño y apoyo que me han brindado desde pequeña, en especial a mi primo Marco Antonio que me brinda su ayuda y asesoramiento en algunos campos de investigación de este trabajo. Y a mis sobrinas Ma. Fernanda y Valentina que amenizaron la elaboración de mi trabajo con sus risas y llantos.

Le agradezco a mi novio y mejor amigo Alejandro por estar conmigo, aguantarme en momentos de histeria y estrés, por darme fuerza a lo largo de mi carrera y permanecer en mi vida en momentos de risas y lágrimas, también por ser partícipe con su ayuda y apoyo en mi proyecto.

A mis amigos, Malu por darme ánimo y esperanzas de perseverar. A Janaí y Alfredo por brindarme su tiempo, ayuda y asesoramiento para la elaboración de mi trabajo.

A mi profesor y asesor de proyecto de titulación Juan Carlos Botello Osorio por haber aceptado ser mi asesor, le agradezco por haberme guiado para la elaboración de este proyecto, y por haberme brindado su apoyo, tiempo, amistad y conocimientos transmitidos durante mi carrera y la elaboración del proyecto.

Gracias a todos por ser una parte importante de mí y acompañarme durante los diferentes momentos y etapas de mi vida.

INDICE

Contenido

1. Descripción de la empresa.....	1
1.1. Misión, visión y objetivos de la empresa.....	1
1.2. Antecedentes del negocio.....	2
1.3. Análisis de la constitución legal más viable para la empresa.....	4
1.4. Organigrama de la empresa y breve descripción de funciones	4
1.5. FODA.....	5
1.6. Ubicación física de la empresa y su factoría	5
1.7. Horario y presencia en el internet de la empresa	6
2. Análisis del producto	7
2.1. Descripción del producto / la línea	7
2.2. Diferenciación del producto / la línea.....	13
2.3. Usos	14
2.4. Bienes sustitutos o complementarios	14
2.5. Proceso productivo descripción y diagrama	14
2.6. Determinación de oferta exportable	17
2.7. Normas	17
2.7.1. En México	17
2.7.2. En Europa.....	18
2.8. Control de calidad	20
2.9. Mantenimiento y respaldo al producto / la línea	20
2.10. Clasificación arancelaria	21
3. Análisis del mercado meta.....	22
3.1. Descripción de la industria.....	22
3.2. Investigación del mercado.....	30
3.3. Mercado meta, segmentación, medición y características del mismo	38
3.4. Precios de referencia en el mercado meta.....	52
3.5. Márgenes de intermediación	56
3.6. Canales comercialización.....	58

3.7.	Arancel.....	59
3.8.	Formación del precio de exportación.....	62
3.9.	Barreras no arancelarias (normas, requisitos, etc.).....	64
3.10.	Análisis de la competencia.....	72
3.11.	Mezcla mercadológica.....	76
3.12.	Estrategia de ingreso al mercado.....	80
3.13.	Contratos, formas de pago y negociaciones.....	83
4.	Distribución física internacional y plan de embarque.....	88
4.1.	Medio de Transporte a utilizar.....	88
4.2.	Puerto de entrada.....	89
4.3.	Cotización internacional EXW, FOB, CIF.....	89
4.4.	Documentos y requisitos generales para exportar.....	94
4.5.	Envase.....	95
4.6.	Embalaje.....	96
4.7.	Canales de distribución.....	99
5.	Plan comercial.....	100
5.1.	Participación en ferias internacionales.....	100
5.2.	Revistas especializadas.....	103
5.3.	Definición de una página web ideal.....	103
6.	Riesgos críticos.....	107
6.1.	Riesgos internos.....	107
6.2.	Riesgos externos.....	107
6.4.	Provisión de seguros.....	113
7.	(Nota: Los puntos correspondientes a este inciso sobre datos financieros, no fueron proporcionados por la empresa MUDIC).	117
8.	Conclusiones.....	118
	Anexo 1 Entidades de inspección y certificación.....	120
	Anexo 2 Información de precios logísticos de AME INTERNACIONAL S.A DE C.V.	121
	Anexo 3 Narración de un simulacro de emergencia.....	123
	Bibliografía utilizada.....	130

Imagen 01: Organigrama	4
Imagen 02: FODA.....	5
Imagen 03: Antiques	7
Imagen 04: Tradicional Mexicano	8
Imagen 05: Español Antiguo.....	9
Imagen 06: Español Antiguo.....	10
Imagen 07: Contemporánea.....	11
Imagen 08: Lounge.....	12
Imagen 09: Proceso productivo.....	16
Imagen 10: Normas en México	17
Imagen 11: Normas en México II.....	17
Imagen 12: Das Goldene M.....	18
Imagen 13: IUG	18
Imagen 14: Clasificación arancelaria I.....	21
Imagen 15: Clasificación arancelaria II	21
Imagen 16: Ubicación Geográfica de Alemania.....	22
Imagen 17: Indicadores Económicos	23
Imagen 18: Datos Generales de Alemania	24
Imagen 19: Producción Mundial de Mobiliario.....	25
Imagen 20: Tamaño del mercado del mueble en Alemania	26
Imagen 21: Consumo en Europa Occidental	27
Imagen 22: Tipo de muebles más exportados en el mundo.....	28
Imagen 23: Tipo de muebles más exportados en el mundo.....	29
Imagen 24: Tabla para sacar el consumo aparente de la fracción 940350 I.....	30
Imagen 25: 940350 II.....	30
Imagen 26: 940350 III	31
Imagen 27: Tabla para sacar el consumo aparente de la fracción 940360 I.....	32
Imagen 28: 940360 II.....	32
Imagen 29: 940360 III	33
Imagen 30: Comercio Bilateral.....	34
Imagen 31: Intercambio comercial de principales productos México- Alemania.....	35
Imagen 32: Gasto en consumo final de los hogares privados en Alemania para mobiliario, iluminación y alfombras en los años 1991 a 2013 (en miles de millones de euros)	36
Imagen 33: Las ventas netas en el comercio al por menor de muebles para el hogar en Alemania en los años 1950-1912 (en miles de millones de euros).....	37
Imagen 34: Indicadores Comerciales 940360.....	38
Imagen 35: Lista de los países importadores para la fracción 940360.....	39
Imagen 36: Gasto medio en muebles y decoración en Europa.....	40
Imagen 37: Tendencias del consumidor alemán.....	41
Imagen 38: Países con más gasto en muebles y decoración de la UE	42
Imagen 39: Edad de la población alemana	43
Imagen 40: ¿Le gusta comprar mobiliario de bajo precio?	44
Imagen 41: ¿Quién decide en la selección y compra de muebles en los hogares alemanes?	45
Imagen 42: ¿Le gusta más un mueble cuando es simple y sencillo?.....	46
Imagen 43: ¿Qué características tienen sus muebles favoritos?	47
Imagen 44: Preferencias del consumidor Alemán en muebles.....	48
Imagen 45: ¿Cuál es su mueble favorito?	49
Imagen 46: ¿Ha comprado muebles por internet alguna vez?	50
Imagen 47: Países que gustan de comprar muebles del extranjero	51
Imagen 48: Cama de ensueño	52
Imagen 49: Armario rústico I	53
Imagen 50: Cómoda	53
Imagen 51: Sillas.....	54
Imagen 52: Armario II.....	54

Imagen 53: Vitrina rústica.....	55
Imagen 54: Cómoda	55
Imagen 55: Canales de comercialización.....	58
Imagen 56: Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y Exportación para fracción	59
Imagen 57: Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y Exportación para fracción	60
Imagen 58: 94036099	61
Imagen 59: 94035001	61
Imagen 60: Porcentaje de consumidores que usan Green Dot en los siguientes sectores (Año 2011)	65
Imagen 61: El sector del mueble también cumple con embalaje de reciclaje	66
Imagen 62: Etiqueta ecológica de la UE.....	67
Imagen 63: Eco Etiqueta Alemana Blue Angel.....	68
Imagen 64: FSC Certificación Forestal.....	69
Imagen 65: EMAS Gestión Medioambiental Verificada	70
Imagen 66: Certificación ISO 14001	70
Imagen 67: Empresas mexicanas que exportan muebles a Alemania de acuerdo a la fracción 940350.....	72
Imagen 68: Empresas alemanas productoras de muebles de acuerdo a la fracción 940360.....	73
Imagen 69: Empresas mexicanas exportadoras de muebles a Alemania de acuerdo a la fracción 940360.....	74
Imagen 70: Empresas Alemanas productoras de muebles de acuerdo a la fracción 940360.....	75
Imagen 71: Precios de Tradicional Mexicana.....	77
Imagen 72: Dry Cargo Container	88
Imagen 72: Precios de Mudic Antiques	78
Imagen 73: Estrategia de Ingreso al Mercado	80
Imagen 74: Ferias en Europa.....	82
Imagen 76: Prorratio de las tarifas por c/d unidad de mueble.....	90
Imagen 77: Ejemplo de cómo sacar la fijación de precio de c/d mueble	91
Imagen 78: Cotización de 1era línea de muebles.....	92
Imagen 79: Cotización de 2da línea de muebles.....	93
Imagen 80: Lo que evita un buen sistema de envase y embalaje.....	95
Imagen 81: Embalaje I Películas Estirables	96
Imagen 82: Embalaje II Esquineros.....	97
Imagen 83: Embalaje III Bloqueo	97
Imagen 84: Tableros Honeycomb.....	98
Imagen 85: Canales de Distribución	99
Imagen 86: Logotipo - imm cologne	100
Imagen 87: Información de feria imm cologne a detalle	101
Imagen 88: Catálogos y Revistas	103
Imagen 89: Criterios de una página web ideal	106
Imagen 90: Fases del Simulacro.....	109
Imagen 91: Fases de Preparación	110
Imagen 92: Miembros de los Equipos de Emergencia.....	112
Imagen 93: Plano de Vías de Evacuación y Punto de Reunión	113
Imagen 94: Simulacro de Emergencia.....	115
Imagen 95: Fase de Ejecución de Simulacro	124
Imagen 96: Plano de Vías de Evacuación y Punto de Reunión	126
Imagen 97: Fase de Evaluación	127
Imagen 98: Tabla de tarifa de exportación de Puebla-Hamburgo Alemania.....	121

Introducción

Este proyecto de exportación es para titulación que consiste en la elaboración de un plan de negocios de exportación de la asignatura Plan de Negocios con un temario a cumplir por la secretaria de SECOTRADE Puebla para la realización de proyectos de exportación verídicos, para asesorar e impulsar las exportaciones de empresarios del Estado. Este proyecto ayuda a orientar a una empresa que va a exportar por primera vez o inclusive si ya ha exportado, es una valiosa herramienta para conocer qué mercado es óptimo para exportar, ya que proporciona información relevante acerca del mercado y de sus competidores, que le permite a una empresa tomar decisiones acertadas ante los diferentes ambientes económicos, políticos y sociales que son cambiantes. Un plan de negocios permite recabar datos de cualquier aspecto que se desee conocer para interpretarlos y le sirven al empresario o comerciante para realizar importantes tomas de decisiones logrando obtener beneficios propios y la satisfacción de sus clientes.

Este plan de negocios fue realizado para una pequeña empresa de la Cd de Puebla, denominada MUDIC Muebles y Diseños de Colección S.A de C.V productora y comercializadora de muebles de madera en el Estado, la cual tenía el interés de exportar por primera vez a la Unión Europea deseando conocer qué país sería el más indicado para la aceptación y comercialización de su producto, sin embargo por medio del estudio de mercado realizado se optó que Alemania es el mejor destino para exportar la línea de muebles de tipo tradicional mexicano y antiques español antiguo de la empresa MUDIC, de acuerdo con las características que tienen los muebles.

El correspondiente plan de negocios cuenta con ocho puntos importantes para el desarrollo del proyecto, omitiendo el punto siete de proyecciones financieras, dado que esa información no fue proporcionada por razones de la empresa. El punto numero uno contiene la descripción de la empresa con información más detallada de la empresa, describiendo su capacidad, experiencia y habilidades, así como sus fortalezas y debilidades. En el punto dos, se encuentra el análisis del producto con elementos a detalle para conocer el producto que se desea comercializar.

El punto tres, contiene el análisis del mercado meta en donde se definen los criterios utilizados para la selección del mercado meta, en el punto cuatro se maneja la distribución física internacional, así como el plan de embarque donde se decide toda la logística del producto, cotizaciones, así como los medios de transporte para el envío a su destino. En el punto cinco, se encuentra lo referente a un plan comercial como es la participación y medios de difusión correspondientes a ferias internacionales, revistas especializadas y la elaboración de una página web sobre la empresa MUDIC en donde muestre las características de la empresa y de su producto.

El punto seis, trata sobre los riesgos críticos tanto internos como externos que la empresa pueda presentar, también cuenta con planes de contingencia y provisión de seguros para eludir los posibles riesgos externos que no se tengan contemplados, como son los desastres naturales. El punto siete de proyecciones financieras no se encuentra dentro del plan de negocio pues la empresa omitió esta información, por esta razón el plan de negocios está más enfocado a la investigación de mercado debido a la falta de este punto no se puede mostrar si tenga la rentabilidad suficiente para exportar, y por último se muestra el punto ocho con las conclusiones del trabajo, así como algunas recomendaciones que se le presentan a MUDIC para mejorar y facilitar su proceso de exportación.

1. Descripción de la empresa

1.1. Misión, visión y objetivos de la empresa

Empresa poblana fundada en el año de 1986 que ha desarrollado una línea de diseños y estilos propios esmerándose en cuidar hasta el último detalle para imprimir en cada mueble el sello de clase y distinción para crear los mejores ambientes, para su hogar, oficina, casas de campo, ranchos, hoteles, etc.

Misión

Crear y mantener un estilo único con diseños exclusivos que transformen cualquier espacio brindando un toque de distinción.

Visión

Consolidarse como una empresa líder que brinde seguridad y bienestar a todos nuestros clientes y colaboradores, de esa manera ser altamente competitiva y rentable.

Objetivo

Ser una empresa conocida y destacada dentro y fuera del país, llegando a traspasar fronteras para compartir el estilo de muebles de tipo mexicano antiguo.

Filosofía

Ser un grupo que se integre por personas con alto valor moral y ética profesional como lealtad, honestidad, responsabilidad y visión de servicio, para ser una gran empresa y ofrecerle solo lo mejor a nuestros clientes.

Política de calidad

En Muebles y Diseños de Colección S.A de C.V. nos comprometemos a mantener la confianza del cliente fabricando muebles con diseño único, que sobrepasen sus

expectativas. La experiencia, mano de obra calificada, materia prima de calidad y el cumplimiento de los tiempos de entrega son nuestra garantía para dar el mejor servicio.¹

1.2. Antecedentes del negocio

Muebles y Diseños de Colección S.A de C.V. nuestra empresa fue fundada en el año de 1986 por el Sr. Efrén Cornejo, siendo nuestro actual Director General, ya que con su amplia experiencia hemos logrado una línea de diseños y estilos propios de nuestra marca “*Mudic*”

El Sr. Cornejo fundador de la empresa, trabajó durante mucho tiempo en el puesto de gerente en una empresa llamada Chapis, la cual elaboraba muebles rústicos de estilo conservador, por lo que tantos años de experiencia lo llevo a tener su propia empresa y crear muebles de este estilo tratando de llevar el espíritu mexicano reflejado en sus muebles.

La empresa Muebles y Diseños de Colección cuenta con más de 20 años de experiencia en el mercado, cumpliendo con los más altos estándares de calidad en sus diseños y sobre todo respetando el compromiso con el cliente.

Ha desarrollado diferentes Colecciones completas de muebles y accesorios para el hogar, casa de campo, hacienda u oficina que garantizan la satisfacción de todos los gustos.

Debido a la gran recesión que afecta a todo el globo, la empresa ha sufrido la pérdida de gran parte de sus exportaciones, por lo que al momento tiene una capacidad ociosa en planta de cerca del 40 %.

¹ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

La empresa cuenta además con tres galerías propias ubicadas en la ciudad de Puebla, cada una con un estilo único. Los pedidos MUDIC Galerías ahora representan el 85 % de la producción.

La estrategia de Muebles y Diseños de Colección desde su fundación en 1986 siempre ha sido bajo el enfoque de producto, desarrollando nuevas líneas, innovando en los acabados y manteniéndose siempre a la vanguardia, y el servicio al cliente a pesar de no tener una estrategia definida, ha sido suficiente para cumplir con sus expectativas; el compromiso y la responsabilidad le dieron a MUDIC la aceptación y el prestigio con el que hoy cuenta.

Ante esta situación los dueños han visto la necesidad de enfocar sus esfuerzos en crear una estrategia que le permita volver al mercado internacional con mayor fuerza y convertirse en una de las firmas mueblaras más reconocidas.²

² cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

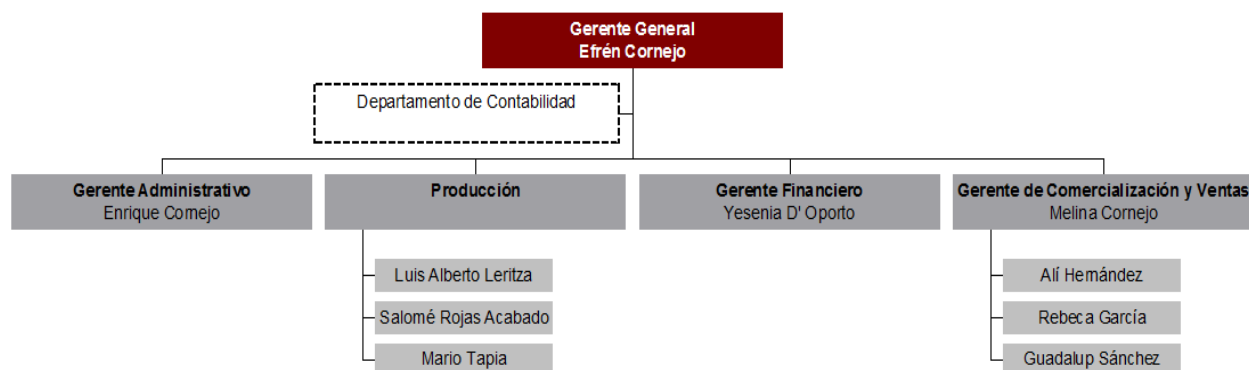
1.3. Análisis de la constitución legal más viable para la empresa

La empresa en la actualidad es una Sociedad Anónima de Capital Variable, considerada “pequeña empresa” de acuerdo al artículo 3 de la *Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa* del año 2002.³

1.4. Organigrama de la empresa y breve descripción de funciones

En el área de producción tiene 32 trabajadores y 9 personas en el área administrativa y ventas.⁴

Imagen 1: Organigrama



Fuente: Entrevista con Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Entrevistado el: 14.09.2012

³ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

⁴ cf. Entrevista con Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Entrevistado el: 14.09.2012

1.5.FODA

Imagen 2: FODA

FORTALEZAS • Experiencia en el Mercado por 25 años • Facilidad de adaptación a las exigencias del mercado • Experiencia en la fabricación de todo tipo de estilo de muebles de madera y forja • Personal calificado y capacitado • Recomendaciones de boca en boca • Muebles de alta calidad • Capacidad para cubrir pedidos especiales en restaurantes, boutiques, haciendas etc. • Adaptación a diferentes estilos de muebles	DEBILIDADES • Bajo poder de negociación con nuevos proveedores • Dificil acceso al crédito con proveedores nuevos • Faltad del departamento de comercio • Falta de conocimiento de nuevos segmentos de clientes • Falta de conocimiento y experiencia en la exportación a mercados extranjeros
OPORTUNIDADES • Incursionar en el mercado internacional • Crear alianzas con diferentes empresas en el ámbito de decoración de interiores con empresas constructoras • Apoyos y beneficios por parte de la SE.	AMENAZAS • Crisis financiera que afecta a los mercados, en especial la del mercado europeo • Productos importados • Productos sustitutos secundarios (muebles de plástico y amables) • Restricciones arancelarias y no arancelarias

Fuente: Entrevista con Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Entrevistado él: 14.09.2012

1.6.Ubicación física de la empresa y su factoría

La empresa Muebles y Diseños de Colección cuenta con sus propios puntos de exhibición y venta en la ciudad de Puebla.

- Galería MUDIC 3: Línea Contemporánea
5 Oriente 609-B, 72000 Puebla, PUE, México
Tel: 2 46 43 36
- Galería MUDIC 4: Línea Lounge
5 Oriente local J entre 4 y 6 sur, 72000 Puebla, PUE, México
Tel: 2 40 81 64
- Galería MUDIC 5: Las líneas tradicional Mexicana, Española y MUDIC Antiques
6 Sur 306-A, 72000 Puebla, PUE, México
Tel: 2 46 28 14

La planta productiva está ubicada en la Prol. Calzada Cuauhyocan No. 2 Colonia Casa Blanca; se trata de un terreno de 3000 m2 que alberga la planta productiva, almacenes, sala de exhibición, área de comedor y oficinas.⁵

1.7. Horario y presencia en el internet de la empresa

El horario de atención a clientes de todas las sucursales:

Lunes a sábado de 11:00 am a 8:20 pm

Domingos 10:30 am a 6:30 pm

También cuenta con su propia página de internet, sin embargo ésta no se encuentra actualizada ni está diseñada para venta en línea www.mudic-furniture.com así como un correo electrónico para atención a clientes mudicgalerias@hotmail.com.⁶

⁵ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

⁶ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

2. Análisis del producto

2.1. Descripción del producto / la línea

MUDIC ofrece a sus clientes cinco líneas de muebles principales para la decoración:

MUDIC Antiques

Se trata de piezas originales con líneas rectas y acabados deslavados con incrustaciones en polilla y detalles que hacen de cada pieza una obra de arte.⁷

Imagen 3: Antiques



Fuente: Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

⁷ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

Tradicional Mexicano

Una colección con acabados en dos tonos cálidos que juega con los contrastes, líneas sutilmente trazadas para crear un efecto de calidez y armonía; dentro de esta colección se encuentran también los diseños en forja.⁸

Imagen 4: Tradicional Mexicano



Fuente: Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

⁸ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

Español Antiguo

Muebles robustos con acabados oscuros con tornos y detalles muy marcados, cada espacio refleja una personalidad impactante.⁹

Imagen 5: Español Antiguo



Fuente: Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

⁹ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

Imagen 6: Español Antiguo



**Fuente: Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el:
05.09.2012**

Línea Contemporánea

Muebles con un diseño vanguardista y funcional. Ideal para cualquier espacio y tipo de decoración.¹⁰

Imagen 7: Contemporánea



Fuente: Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

¹⁰ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

Línea Lounge

Se trata de piezas tipo minimalista con pocas líneas y estructuras simples, manteniendo un estilo sobrio y elegante.¹¹

Imagen 8: Lounge



Fuente: Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

¹¹ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

2.2. Diferenciación del producto / la línea

Diferenciación de la madera

La principal materia prima de cada pieza es madera de pino proveniente de Durango, México de las siguientes especies:

Pinus Ponderosa (o pino real americano) y *Pinus Duranguensis*. Maderas de excelente resistencia estructural de un color claro y beta crema, de una densidad media que permite diferentes acabados.

Esta madera es estufada mediante el sistema Moore, lo cual garantiza su estabilidad y resistencia.¹²

Diferenciación en los diseños:

Características del listonado:

Por las especificaciones de resistencia y color uniforme que requieren nuestros diseños, el listonado se realiza con pino Chileno Radiata en 6mm de clase BC

Características de Herraje y Accesorios:

El herraje es una de las principales características de nuestra marca, ya que cada detalle es diseñado exclusivamente para su mueble. Todo nuestro herraje es totalmente hecho a mano pieza por pieza de forma tradicional: fragua y carbón, lámina y fierro en diferentes calibres según el caso.¹³

¹² cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

¹³ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

2.3. Usos

Muebles, para su hogar, oficina, casas de campo, ranchos, hoteles, etc.¹⁴

2.4. Bienes sustitutos o complementarios

Las diferentes líneas de muebles pueden tener como bienes complementarios, artículos como candelabros, lámparas, percheros, baúles entre otros accesorios que acompañen a la línea de muebles para obtener una mejor decoración acorde con los diseños de cada línea.¹⁵

2.5. Proceso productivo descripción y diagrama

La madera que se utiliza es Pinus Ponderosa (o pino real americano) y Pinus Duranguensis. Maderas de excelente resistencia estructural de un color claro y beta crema, de una densidad media que permite diferentes acabados.

Esta madera es estufada mediante el sistema Moore, lo cual garantiza su estabilidad y resistencia.

Es un mueble de estructura tradicional, utiliza espigas y cajas para su ensamble, canales y tableros con frisos que algunas veces llevan aplicaciones de madera antigua que es tratada con un producto comercial de Comex (Permetrina).

Para unir piezas se utiliza clavillo de tira (FIFA) calibre 18 en diferentes largos, que pueden ser de $\frac{3}{4}$ a $1 \frac{1}{2}$ de pulgada según el requerimiento de cada pieza.

En las uniones de espigas con cajas, los ensambles de canto con canto, armado de cajones, molduras y respaldos siempre aplica pegamento blanco (Acetato de Polivinilo de la marca Comex).

¹⁴ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

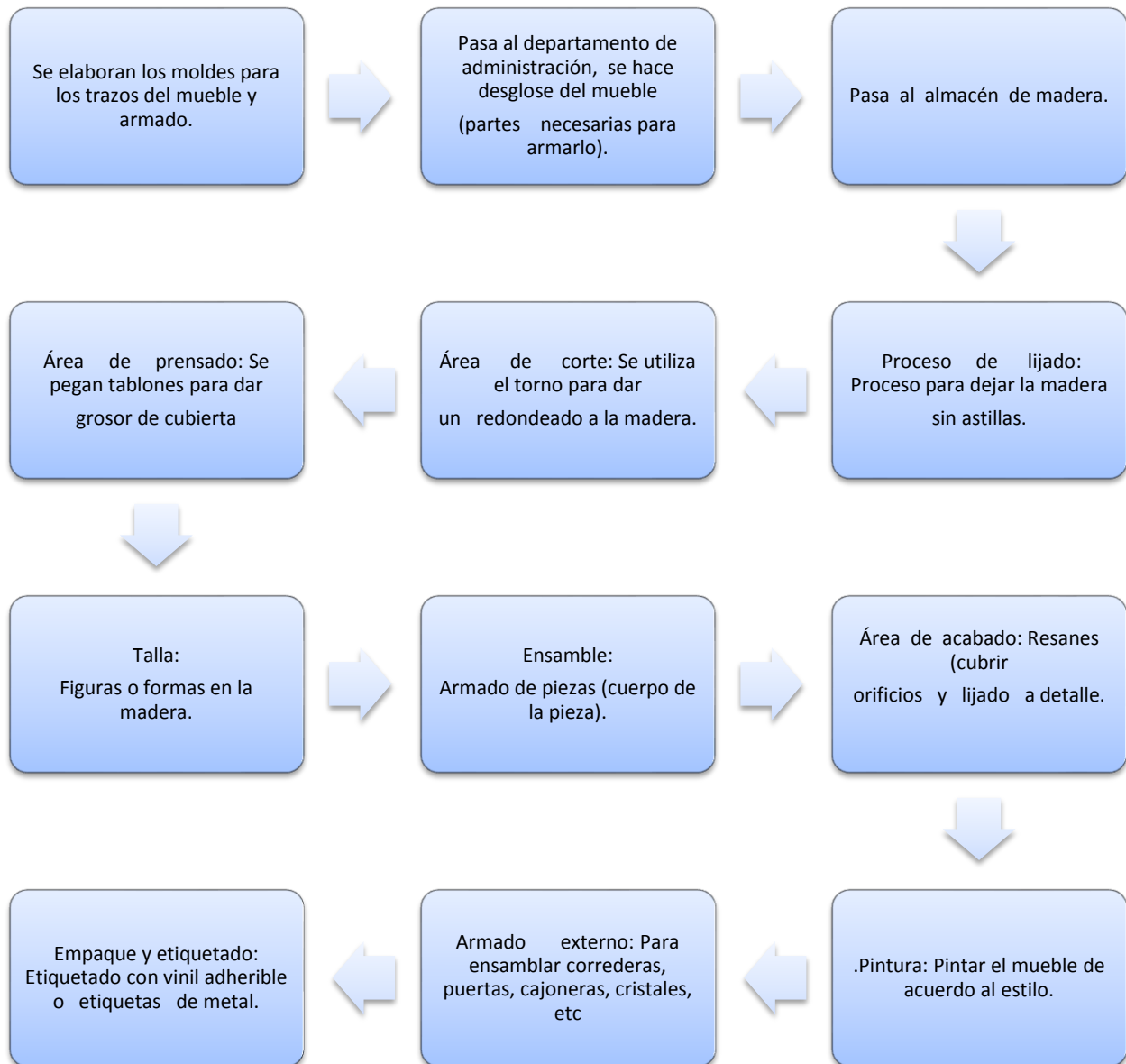
¹⁵ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

Se utiliza una lija de grado 120 y 320 (Fandeli) para un buen pulido, la aplicación de la pintura base agua (Comex) es por medio de asperción.

En el acabado final se aplican lacas de nitrocelulosa (Comex) según el caso también por el método de asperción.¹⁶

¹⁶ cf. Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

Imagen 9: Proceso productivo



Fuente: Entrevista con Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Entrevistado el: 14.09.2012

2.6. Determinación de oferta exportable

MUDIC produce mensualmente 130 modelos de muebles, vende aproximadamente 86 piezas en territorio nacional, por los que puede exportar como máximo 44 piezas al mes. Esto significa que puede exportar 1 contenedor estándar de 20 pies FCL al mes, variado con muebles de tamaño grande, mediano, chico y accesorios.¹⁷

2.7. Normas

2.7.1. En México

Imagen 10: Normas en México I

Clave	Fecha	Descripción
NOM-016-SEMARNAT-2013	2013-03-04	Que regula fitosanitariamente la importación de madera aserrada nueva.

Fuente: cf. <http://www.economia-noms.gob.mx/noms/inicio.do>, **Consultado el: 03.08.2014**

Imagen 11: Normas en México II

Clave	Fecha	Descripción
NOM-117-SCFI-2005	2006-01-17	Prácticas comerciales-elementos normativos para la comercialización de muebles de línea y sobre medida.

Fuente: cf. <http://www.economia-noms.gob.mx/noms/inicio.do>, **Consultado el: 03.08.2014**

Para obtener los certificados de estas normas se debe consultar con entidades certificadoras. **(Ver anexo 1)**

¹⁷ cf. Entrevista con Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Entrevistado el: 14.09.2012

2.7.2. En Europa

No hay normas, pero existen leyes específicas para muebles, así como para su embalaje en Europa y Alemania. Lo normal es que la madera tiene que estar totalmente seca y libre de pesticida.¹⁸

Sin embargo en Alemania existen bastantes normas voluntarias, algunas de ellas son:

Imagen 12: Das Goldene M



Fuente: <http://www.dgm-moebel.de/>, **Consultado el:** 29.09.2012

La “Deutsche Gütegemeinschaft Möbel” pide para “Das Goldene M” (El oro M) que los muebles sean de calidad y que funcionen adecuadamente. Además de incluir la seguridad del consumidor en cuanto a salud y sostenibilidad ambiental de la producción. Cada factor se pondrá a prueba en institutos de pruebas independientes.¹⁹

Imagen 13: IUG



Fuente: <http://www.iug-umwelt-gesundheit.de/graph/allergiker-geeignet.jpg>, **Consultado el:** 28.09.2012

¹⁸ cf. http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/furniture/single-market/index_en.htm, Consultado el: 29.09.2012

¹⁹ cf. <http://www.dgm-moebel.de/die-guetegemeinschaft.html>, Consultado el: 28.09.2012

El “Institut für Umwelt und Gesundheit” (Instituto para el Ambiente y la Salud) declara muebles para alérgicos, adecuando si contienen alguna o casi ninguna sustancia que cause alergias. Se basan en valores que van más allá de los requisitos legales, por otra parte, no sólo las sustancias tóxicas se comprueban, sino también productos naturales que se adaptan a las personas con reacciones alergias.²⁰

²⁰ cf. <http://www.iug-umwelt-gesundheit.de/produktsiegel.php#motivation>, Consultado el 28.09.2012

2.8. Control de calidad

- Manejo de cero inventarios trabajando just-in-time
- Proceso de célula, pasó a paso al siguiente departamento y proceso
- No tener errores
- Utilización de madera 100% estufada
- En el área de empaque y etiquetado, se revisa por medio de un filtro la nota final del pedido para verificar que sea el correcto y además este a tiempo
- Cuentan con convenios en fletes para la transportación de los muebles como: castores, paquete exprés y estrella blanca.²¹

2.9. Mantenimiento y respaldo al producto / la línea

Recomendaciones para el cuidado del mueble:

- No limpiar un mueble de madera con trapo húmedo.
- No mojarlo.
- No poner cosas calientes en sus cubiertas.
- Dar mantenimiento de preferencia una vez al mes, se recomienda el uso de cremas para maderas y no usar aceites.

El producto puede contar con la opción de vender la crema de muebles para dar una limpieza que no dañe la madera.²²

²¹ cf. Entrevista con Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Entrevistado el: 14.09.2012

²² cf. Entrevista con Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Entrevistado el: 14.09.2012

2.10. Clasificación arancelaria

Imagen 14: Clasificación arancelaria I

The screenshot shows the SIAMI 4 web interface for the Mexican Government's Subsecretaría de Industria y Comercio. The interface displays a classification hierarchy for 'Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios'. The hierarchy is as follows:

- Capítulo 94:** Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y artículos similares; construcciones prefabricadas.
- Partida 9403:** Los demás muebles y sus partes.
- Subpartida 9403.50:** Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios.
- Fracción 9403.50.01:** Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios.

The interface also includes a search bar, a list of years (2012 to 2003), and a navigation menu with options like 'Aranceles y normatividad', 'Estadísticas Anuales', and 'Estadísticas Mensuales'.

Fuente: <http://www.economia-snci.gob.mx/siavi4/fraccion.php>, Consultado el: 17.09.2012

Imagen 15: Clasificación arancelaria II

The screenshot shows the SIAMI 4 web interface for the Mexican Government's Subsecretaría de Industria y Comercio. The interface displays a classification hierarchy for 'Los demás muebles de madera'. The hierarchy is as follows:

- Capítulo 94:** Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y artículos similares; construcciones prefabricadas.
- Partida 9403:** Los demás muebles y sus partes.
- Subpartida 9403.60:** Los demás muebles de madera.
- Fracción 9403.60.99:** Los demás.

The interface also includes a search bar, a list of years (2012 to 2003), and a navigation menu with options like 'Aranceles y normatividad', 'Estadísticas Anuales', and 'Estadísticas Mensuales'.

Fuente: <http://www.economia-snci.gob.mx/siavi4/fraccion.php>, Consultado el: 17.09.2012

3. Análisis del mercado meta

3.1. Descripción de la industria

Contexto Mundial y Regional

Ubicación Geográfica:

El territorio de Alemania abarca 357,021 km². Limita al Norte con Dinamarca, al Este con Polonia y la República Checa, al sur con Austria y Suiza y al oeste con Francia, Luxemburgo, Bélgica y los Países Bajos.

Sus principales ciudades son Hamburgo, Munich, Berlín, Colonia, Frankfurt y Essen.²³

Imagen 16: Ubicación Geográfica de Alemania



Fuente:

<http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/102/1/images/Alemania.pdf>, Consultado el: 01.10.2012

²³ <http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/102/1/images/Alemania.pdf>, Consultado el: 01.10.2012

Panorama Social:

Alemania es el país más poblado en la Unión Europea: representa el 17% de la población total de los 27 países que actualmente integran la Unión Europea, con aproximadamente 82 millones de habitantes.

Panorama Económico:

Alemania es la economía más importante de Europa: esto explica el papel de líder que ha desempeñado el país en la gestión de la crisis de la deuda de la zona euro. El rendimiento de estos últimos años no ha sido todo lo bueno que se esperaba debido a la vulnerabilidad del país frente a los impactos externos, los problemas domésticos estructurales y las permanentes dificultades para integrar la parte oriental (antiguamente comunista). El crecimiento alemán sigue siendo débil en 2013 (0,5%), pero los pronósticos son mejores para el año 2014 (1,4%).²⁴

Imagen 17: Indicadores Económicos

Indicadores de crecimiento	2010	2011	2012	2013	2014 (e)
PIB (miles de millones de USD)	3.310,60	3.631,44	3.429,52e	3.593,24e	3.747,07
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	3,9	3,4	0,9e	0,5e	1,4
PIB per cápita (USD)	40.493	44.405	41.866e	43.952e	45.925
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-2,2	-1,0	0,1e	-0,1e	0,0
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	82,4	80,4	81,9e	80,4e	78,1
Tasa de inflación (%)	1,2	2,5	2,1e	1,6e	1,8
Tasa de paro (% de la población activa)	7,1	6,0	5,5	5,6	5,5
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	206,99	224,29	238,49e	214,60e	214,36
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	6,3	6,2	7,0e	6,0e	5,7

Fuente: IMF - World Economic Outlook Database - últimos datos disponibles.

Fuente: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/alemania/politica-y-economia>,
Consultado el: 27.07.2014

²⁴ cf. <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/alemania/politica-y-economia>,
Consultado el: 27.07.2014

Datos Generales de Alemania:

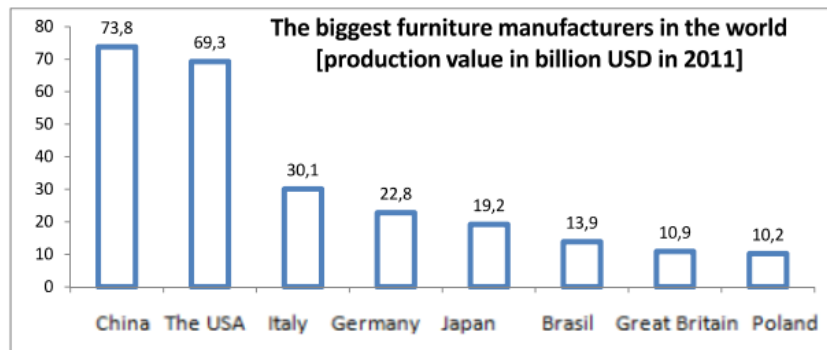
Imagen 18: Datos Generales de Alemania

Nombre oficial	República Federal de Alemania
Superficie	357.104,07 ² <u>km</u> ²
Población	82.604.000 hab.
Capital	Berlín
Nacionalidades y etnias	92% alemanes, 2,5% turcos, minorías yugoslava, italiana, griega, bosnia, polaca, croata, austríaca, norteamericana, entre otras
Idioma	Alemán
Religión	90% cristianos. Hay 1.700.000 musulmanes y unos 74.000 judíos (antes del Holocausto la cifra ascendía a medio millón)
Régimen Político	Democracia parlamentaria
Jefe de Estado actual	Joachim Gauck
Moneda	Euro
PIB	2.040 billones de dólares
PIB per cápita	24.900 USD
Crecimiento anual	2,7%
Inflación	1%
Principales recursos económicos	Vehículos, ingeniería, industrias química, metalúrgica, manufacturera y textile
Principales socios comerciales	Unión Europea (especialmente Francia, Países Bajos, Italia, Gran Bretaña), Estados Unidos y Japón

Fuente: http://www.alemaniaenred.com/content/guia_paises/alemania/datos-generales/16, **Consultado el:** 01.10.2012

La producción de mobiliario de los tres grandes bloques económicos del mundo en porcentaje:

Imagen 19: Producción Mundial de Mobiliario



Fuente: Germany Furniture Outlook Consultado el: 27.07.2014

La estructura productiva

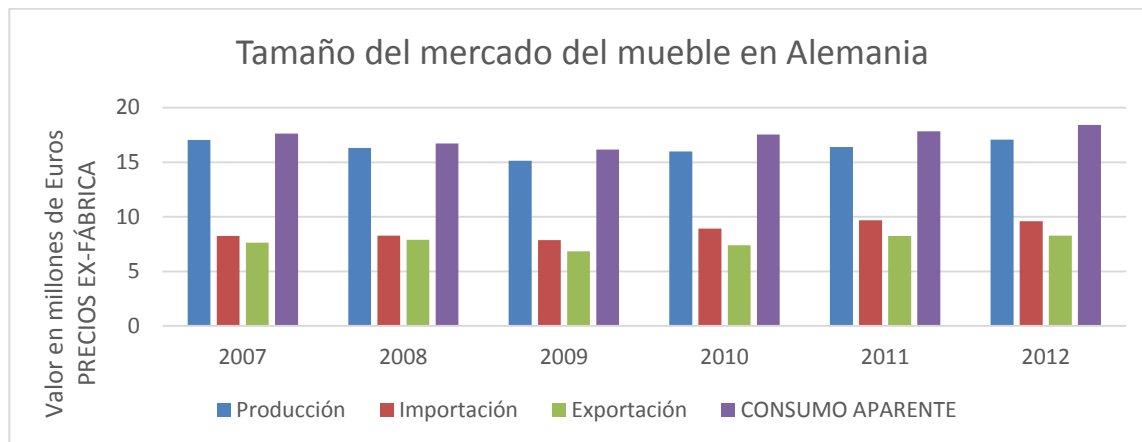
El modelo alemán está basado en la industrialización del sector, apoyado fundamentalmente en el gran desarrollo tecnológico alcanzado por Alemania en la fabricación de maquinaria y equipos para la transformación de la madera, campo en el que es líder indiscutible en el mundo.

La Industria del mueble en Alemania se encuentra entre el grupo de los líderes en la producción y exportación en el mundo. Datos estadísticos oficiales recolectados de países indican que durante los últimos años ha sido ciclomotor hasta llegar a la cuarta posición en la categoría de volumen de la producción de muebles. Por arriba se encuentra China, EE.UU e Italia.

Los datos oficiales más recientes, que están a disposición de los países comparables son los datos de 2011. De esta comparación vemos que Alemania en 2011 en términos de valor fue el fabricante de muebles de la cuarta posición en el mundo en valor de dólares estadounidenses. Al mismo tiempo la diferencia entre Alemania e Italia es un poco amplia, con 7.3 mil millones de dólares.

En los lugares determinantes en el grado, durante los próximos años, muy significativo es el tipo de cambio de la libra y zloty, solía contar la producción de USD.²⁵

Imagen 20: Tamaño del mercado del mueble en Alemania

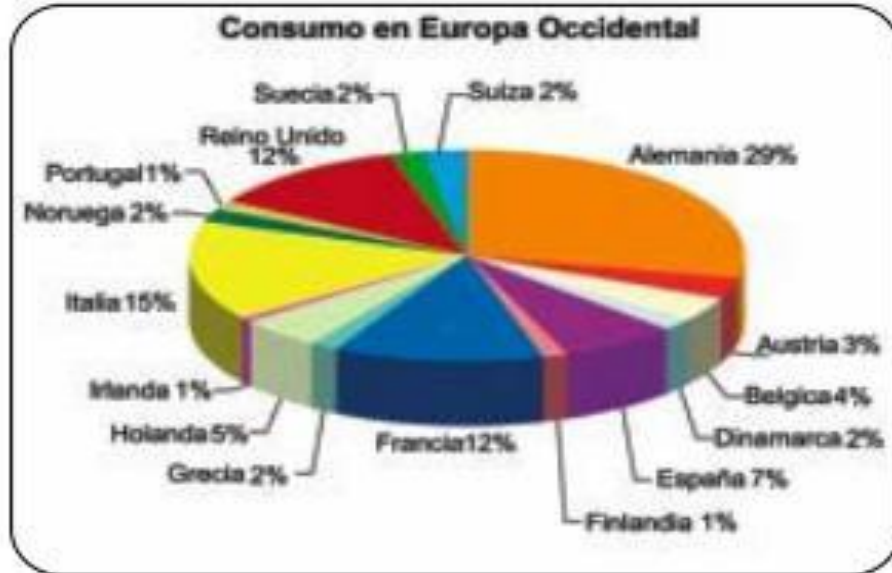


Fuente: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>, **Consultado el:** 29.07.2014

La grafica de arriba muestra que la producción de muebles en Alemania representa el 17% del total de la producción de muebles en Europa.

²⁵ cf. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>, Consultado el: 29.07.2014

Imagen 21: Consumo de muebles en Europa Occidental



Fuente: <http://www.europanel.org>, Consultado el: 01.10.2012

La grafica de arriba muestra la demanda de muebles por los países de Europa Occidental, en donde el mayor país consumidor es Alemania con el 29%, seguido de Italia con el 15%, Francia con el 12%, el Reino Unido con el 12% y España con un consumo del 7% del total.

Tipo de muebles exportados de acuerdo a la fracción 940350:

Imagen 22: Tipo de muebles más exportados en el mundo 940350

<u>Categoría de productos</u>	<u>Número de empresas exportadoras disponibles en Trade Map</u>
Importadores y exportadores de muebles	454
Muebles de dormitorio	1.777
Muebles de dormitorio (comercio)	279
Muebles de madera para el hogar	3.014
Muebles domésticos de madera (comercio)	938

Source: [Kompass](#)

Fuente: <http://www.trademap.org/CorrespondingProductsCompanies.aspx>, **Consultado el: 01.08.2014**

En este estudio se muestra claramente que los muebles que más se exportan en el mundo de acuerdo a esta fracción son: muebles de madera para el hogar y muebles de dormitorio.

Tipo de muebles exportados de acuerdo a la fracción 940360:

Imagen 23: Tipo de muebles más exportados en el mundo 940360

Categoría de productos	Número de empresas exportadoras disponibles en Trade Map
Importadores y exportadores de muebles	454
Muebles de jardín, de madera	645
Muebles de madera par clínicas y hospitales (comercio)	96
Muebles de madera para bares	541
Muebles de madera para buques	109
Muebles de madera para cafeterías y cantinas	496
Muebles de madera para centros deportivos	93
Muebles de madera para cines y teatros	115
Muebles de madera para cines y teatros (comercio)	26
Muebles de madera para colegios, cuarteles, comunidades (comercio)	43
Muebles de madera para el hogar	3,014
Muebles de madera para escuelas	408
Muebles de madera para escuelas (comercio)	89
Muebles de madera para grandes instalaciones según especificación del cliente	290
Muebles de madera para hospitales	258
Muebles de madera para hoteles	885
Muebles de madera para iglesias (comercio)	24
Muebles de madera para laboratorios	214
Muebles de madera para laboratorios (comercio)	63
Muebles de madera para restaurantes	621
Muebles de madera, para niños	591
Muebles y accesorios de madera para aeropuertos	69
Muebles y accesorios de madera para archivos	243
Muebles y accesorios de madera para bancos	380
Muebles y accesorios de madera para bibliotecas	271

Fuente: <http://www.trademap.org/CorrespondingProductsCompanies.aspx>, **Consultado el: 01.08.2014**

En este estudio se muestra claramente que los muebles que más se exportan en el mundo de acuerdo a esta fracción son: muebles de madera para el hogar, muebles de madera para hoteles, muebles de jardín de madera; así como muebles de madera para restaurantes.

3.2. Investigación del mercado

Imagen 24: Tabla para sacar el consumo aparente de la fracción 940350 I

Año	Importaciones	Exportaciones	Produccion nacional
Año 2009	421,778	658,857	14,845,758
Año 2010	415,458	607,715	15,588,837
Año 2011	504,681	717,397	15,209,393
Año 2012	507,335	651,507	15,573,027
Año 2013	531,781	619,091	15,098,721

***Tipo de cambio, 1 EUR = 1.3369 USD²⁶**

Fuente: Elaboración propia, Basado en: <http://www.trademap.org/>,
<https://www.destatis.de/>, **consultado el: 04.08.2014**

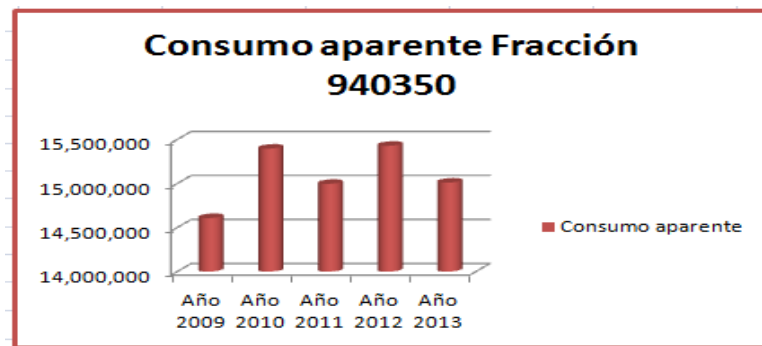
Imagen 25: 940350 II

Fracción	940350
Año	Consumo aparente
Año 2009	14,608,679
Año 2010	15,396,580
Año 2011	14,996,677
Año 2012	15,428,855
Año 2013	15,011,411

Fuente: Elaboración propia, Basado en: <http://www.trademap.org/>,
<https://www.destatis.de/> **consultado el: 04.08.2014**

²⁶ cf. <http://www.banxico.org.mx/sistema-financiero/servicios/calculadoras-de-tipos-de-cambio-y-divisas/calculadoras-tipos-cambio-div.html>, Consultado el: 04.08.2014

Imagen 26: 940350 III



Fuente: Elaboración propia, Basado en: <http://www.trademap.org/>,
<https://www.destatis.de/>, consultado el: 04.08.2014

De acuerdo al gráfico arriba el consumo aparente de la fracción 940350, en Alemania se muestra que el consumo en muebles del año 2009 al 2013 ha tenido variaciones de lo cual:

En el año 2009, el consumo de muebles fue de 14,608,679 millones de dólares, seguido del año 2010 que fue el año con mayor consumo teniendo un total de 15,396,580 millones de dólares, sin embargo para el 2011 hubo una baja con un total de 14,996,677 y en el 2012, se alzó con 15,428,855 y por último para el 2013 el consumo tuvo una ligera baja y cerró con un total de 15,011,411 tratado de estabilizarse dentro de este periodo de tiempo.

Imagen 27: Tabla para sacar el consumo aparente de la fracción 940360 I

Año	Importaciones	Exportaciones	Produccion nacional
Año 2009	1,784,439	1,305,294	14,845,758
Año 2010	2,029,942	1,306,674	15,588,837
Año 2011	2,236,730	1,562,247	15,209,393
Año 2012	2,081,204	1,391,135	15,573,027
Año 2013	2,091,656	1,393,932	15,098,721

***Tipo de cambio, 1 EUR = 1.3369 USD ²⁷**

Fuente: Elaboración propia, Basado en: <http://www.trademap.org/>,
<https://www.destatis.de/>, **consultado el: 04.08.2014**

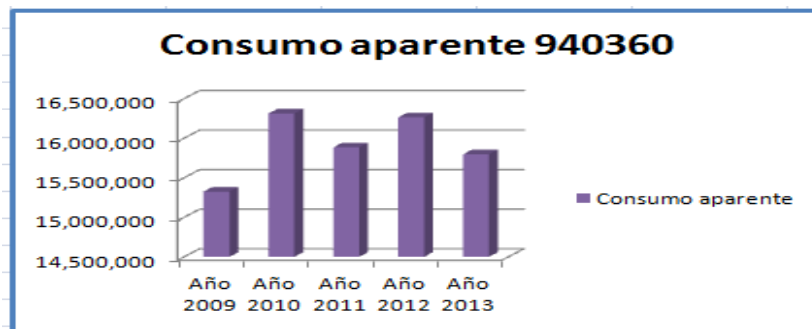
Imagen 28: 940360 II

Fracción	940360
Año	Consumo aparente
Año 2009	15,324,903
Año 2010	16,312,105
Año 2011	15,883,876
Año 2012	16,263,096
Año 2013	15,796,445

Fuente: Elaboración propia, Basado en: <http://www.trademap.org/>,
<https://www.destatis.de/>, **consultado el: 04.08.2014**

²⁷ cf. <http://www.banxico.org.mx/sistema-financiero/servicios/calculadoras-de-tipos-de-cambio-y-divisas/calculadoras-tipos-cambio-div.html>, Consultado el: 04.08.2014

Imagen 29: 940360 III



Fuente: Elaboración propia, Basado en: <http://www.trademap.org/>,
<https://www.destatis.de/>, consultado el: 04.08.2014

En la gráfica arriba podemos notar que en el mismo periodo de tiempo, del 2009 al 2013 fue superior para esta fracción; el consumo aparente del 2009 fue de 15,324,903 millones de dólares, mientras que en el año 2010 hubo una alza de 16,312,105 el más alto en este periodo; en el 2011 hubo una baja significativa con un total de 15,883,876, recuperándose así en el 2012 con 16,263,096 y nuevamente en el 2013 hay otra baja con un total de 15,796,445.

Relación de Comercio Bilateral México-Alemania

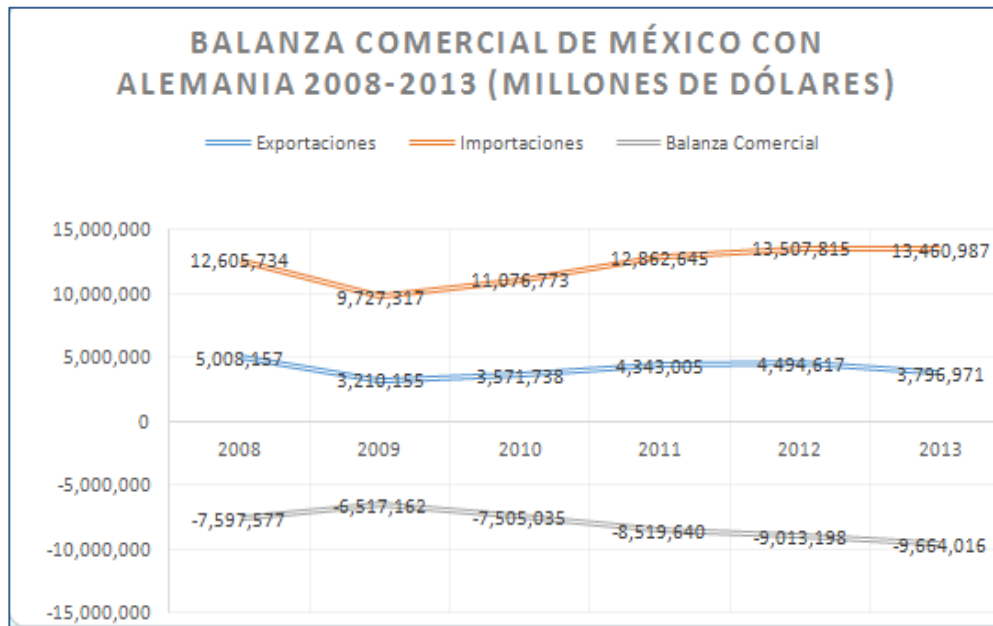
Dentro del ámbito comercial Alemania funge en el cuarto lugar como socio comercial de México por detrás de EUA, China y Canadá, ambas economías mantienen la relación más cercana en el marco de la Unión Europea.

Basta con señalar que más de 1,300 empresas alemanas en México en conjunto disponen de 120 mil empleados, ponderando un capital acumulado estimado de 25 mil millones de dólares EUA y su actividad productiva representa alrededor de 7% nuestro PIB en la industria.

En la balanza comercial México Alemania es deficitaria por que las importaciones son superiores a las exportaciones en los periodos de 2008-2010 mantienen una baja de un

rango de -7,597,577 a -7,505,035 millones de dólares y del último periodo 2011-2013 se ve una mejoría a la alza de -8,519,640 a -9,664,016 millones de dólares.²⁸

Imagen 30: Comercio Bilateral México - Alemania



Fuente: Elaboración propia, Basado en: <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria>,

Consultado el: 10.08.2014

²⁸ Cf. <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria>, Consultado el: 10.08.2014

Imagen 31: Intercambio comercial de principales productos México- Alemania

Principales productos			
Exportaciones de México a Alemania	%	Importaciones provenientes de Alemania	%
Vehículos de encendido por compresión (diesel), de cilindrada entre 1,500 y 2,500 cm ³ .	34.5	Demás motores de émbolo alternativo, de cilindrada superior a 1,000 cm ³ .	4.5
Vehículos con motor de émbolo alternativo, de encendido por chispa, de cilindrada entre 1,500 y 3,000 cm ³ .	17.6	Demás partes y accesorios de carrocería, para automóviles, tractores y camiones.	3.3
Vehículos con motor de émbolo alternativo, de encendido por chispa, de cilindrada entre 1,000 y 1,500 cm ³ .	10.0	Vehículos con motor de émbolo alternativo, de encendido por chispa, de cilindrada entre 1,500 y 3,000 cm ³ .	3.1
Unidades de memoria.	2.4	Demás cajas de cambio, para vehículos automóviles, tractores y camiones.	2.9
Miel natural.	1.8	Demás medicamentos mezclados o sin mezclar, dosificados, para usos terapéuticos o profilácticos.	2.0

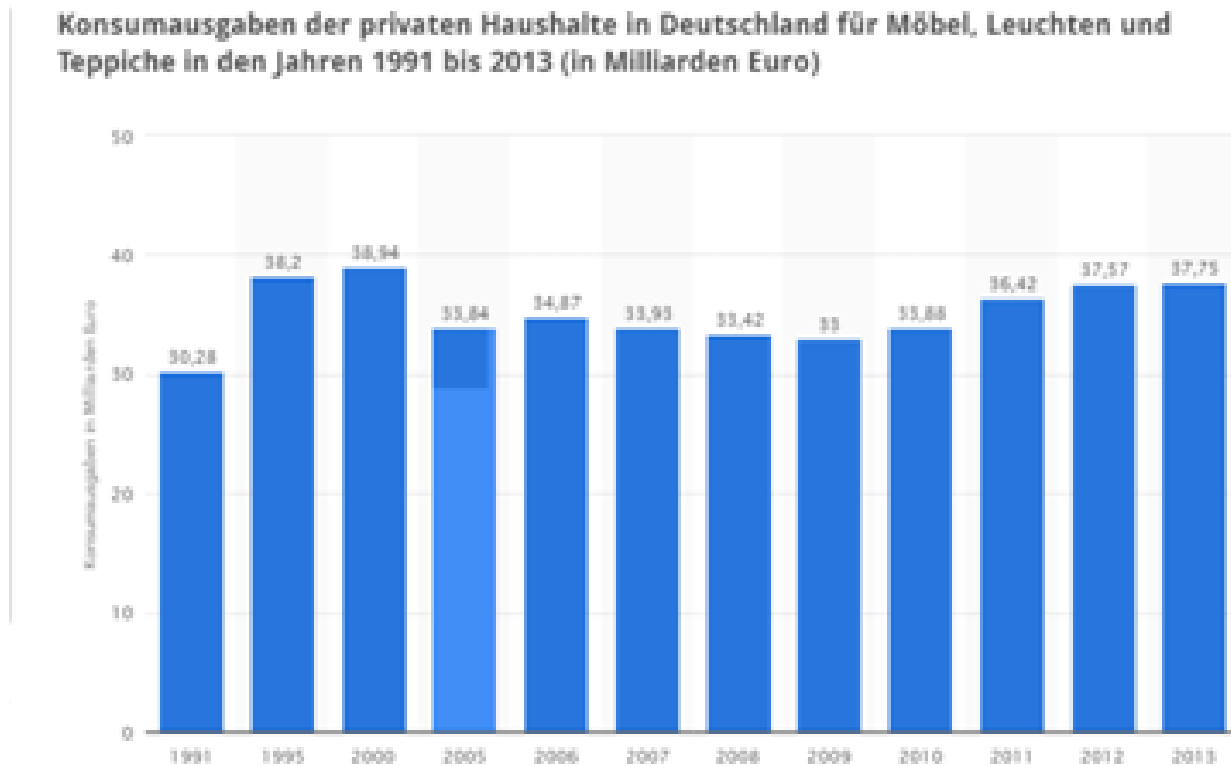
Fuente:

http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/Ficha_Alemania.pdf, Consultado el: 14.08.2014

En la imagen anterior notamos que los principales productos de intercambio entre ambas naciones son las referentes a manufacturas de vehículos, productos de acero y autopartes para la industria automotriz.²⁹

²⁹ cf. http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/Ficha_Alemania.pdf, Consultado el: 14.08.2014

Imagen 32: Gasto en consumo final de los hogares privados en Alemania para mobiliario, iluminación y alfombras en los años 1991 a 2013 (en miles de millones de euros)

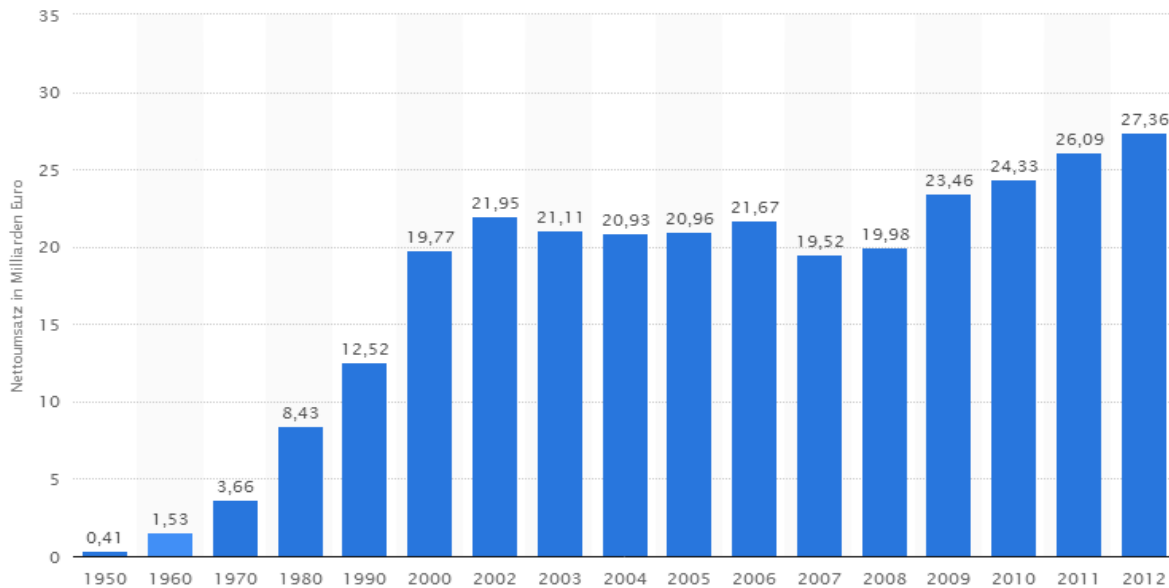


Fuente: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/283615/umfrage/konsumausgaben-in-deutschland-fuer-moebel/> **Consultado el: 18.08.2014**

Las estadísticas muestran que el gasto en consumo de los hogares privados en Alemania para muebles, iluminación, alfombras y demás revestimientos para el suelo, en los años 1991 a 2013. En 1991, los hogares alemanes gastaron un total de alrededor de € 30,280,000,000 de bienes de consumo en este campo. Desde entonces, el gasto ha aumentado sólo moderadamente.

Imagen 33: Las ventas netas en el comercio al por menor de muebles para el hogar en Alemania en los años 1950-2012 (en miles de millones de euros)

Nettoumsatz im Einzelhandel mit Wohnmöbeln in Deutschland in den Jahren 1950 bis 2012 (in Milliarden Euro)



Fuente <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/6289/umfrage/umsatz-im-moebelhandel-in-deutschland/>, **Consultado el: 18.08.2014**

Esta estadística muestra la tendencia de las ventas de muebles al por menor en Alemania en los años 1950 hasta el 2012 de. En 2009, las ventas de los minoristas de muebles totalizaron aproximadamente € 23,46 mil millones en Alemania. El gasto per cápita en los muebles estaban en Alemania en alrededor de € 364.

3.3. Mercado meta, segmentación, medición y características del mismo

Imagen 34: Indicadores Comerciales 940360

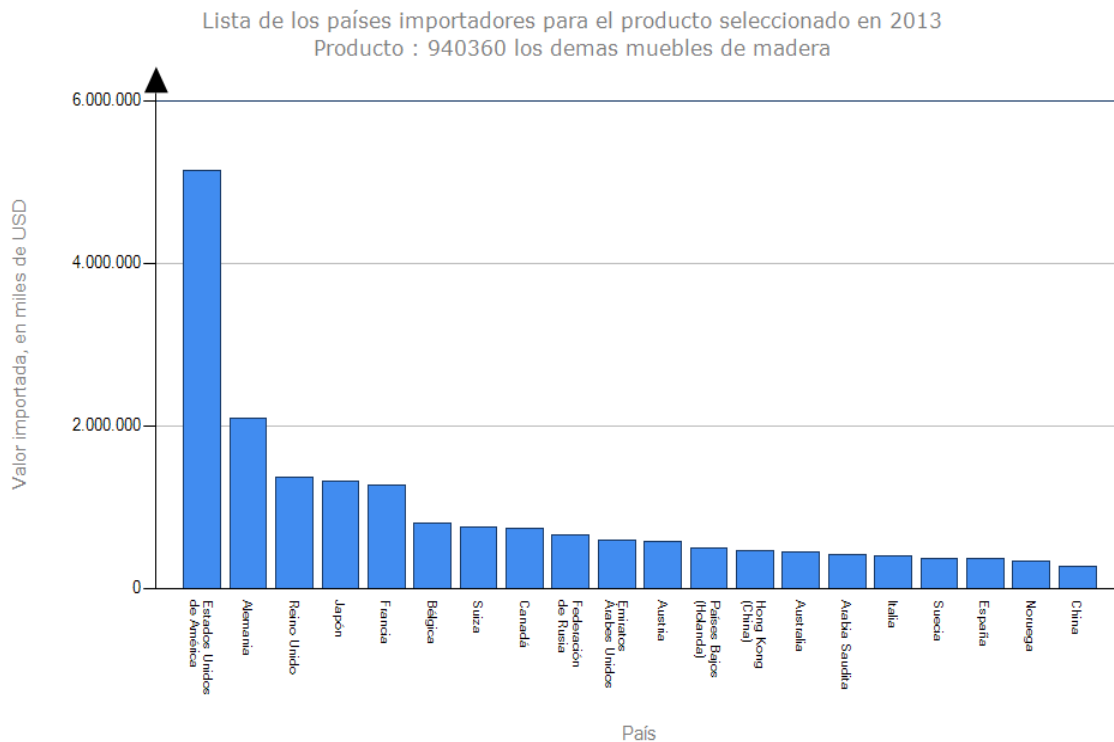
Importadores	Indicadores comerciales												Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%)
	Valor importada en 2013 (miles de USD)	Saldo comercial 2013 (miles de USD)	Cantidad importada en 2013	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2009-2013 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2009-2013 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2012-2013 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Distancia media de los países suplidores (km)	Concentración de los países suplidores		
Mundo	24.007.297	1.726.642	0	No medida		4	3	3	100	5.495	0,13		
Estados Unidos de América	5.145.599	-4.442.110	1.389.243	Toneladas	3.704	5	6	5	21,4	10.412	0,3	0,3	
Alemania	2.091.656	-697.724	890.938	Toneladas	2.348	3	4	1	8,7	2.384	0,15	0	
Reino Unido	1.360.137	-1.114.429	499.205	Toneladas	2.725	-2	-3	4	5,7	5.962	0,16	0	
Japón	1.317.482	-1.303.895	491.338	Toneladas	2.681	4	0	-8	5,5	3.443	0,27	0	
Francia	1.267.116	-767.875	425.737	Toneladas	2.976	-5	-6	-12	5,3	3.852	0,09	0	
Bélgica	808.146	-399.738	188.041	Toneladas	4.298	6	-2	55	3,4	5.763	0,18	0	
Suiza	751.029	-646.714	138.764	Toneladas	5.412	7	2	7	3,1	1.368	0,18	0	
Canadá	744.923	-353.269	201.119	Toneladas	3.704	5	9	2	3,1	7.750	0,22	2,5	
Federación de Rusia	660.236	-579.564	205.311	Toneladas	3.216	18	29	7	2,8	2.953	0,11	21,5	
Emiratos Árabes Unidos	592.359	-563.988	0	No medida		20	15	28	2,5	5.446	0,4	4,6	
Austria	581.096	-294.484	140.763	Toneladas	4.128	-1	-1	-4	2,4	986	0,25	0	
Países Bajos (Holanda)	493.636	-132.181	239.839	Toneladas	2.058	-7	-2	-12	2,1	4.344	0,11	0	
Hong Kong (China)	462.779	-428.501	0	No medida		27	30	103	1,9	1.984	0,74	0	
Australia	449.882	-441.469	194.314	Toneladas	2.315	7	25	2	1,9	8.600	0,33	3,3	
Arabia Saudita	419.756	-418.904	107.360	Toneladas	3.910	14	22	16	1,7	4.438	0,17	4,6	
Italia	394.053	2.007.370	164.528	Toneladas	2.395	-5	-6	2	1,6	2.825	0,09	0	
Suecia	370.430	144.200	148.564	Toneladas	2.493	1	-1	1	1,5	2.683	0,11	0	
España	364.457	130.942	175.286	Toneladas	2.079	-10	-9	-7	1,5	3.448	0,09	0	
Noruega	327.372	-313.019	85.438	Toneladas	3.832	6	3	-4	1,4	2.289	0,13	0	
China	271.218	7.119.918	93.458	Toneladas	2.902	24	32	16	1,1	6.668	0,09	10,2	
Panamá	249.735	-245.044	0	No medida		82	65	-45	1	13.569	0,76	14,9	
Dinamarca	246.665	284.268	85.185	Toneladas	2.896	0	0	6	1	3.123	0,15	0	
Corea, República de	198.454	-177.968	66.231	Toneladas	2.996	10	1	9	0,8	3.089	0,32	0	
Singapur	159.992	-116.181	0	No medida		10		29	0,7	3.856	0,25	0	

Fuente: http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx, **Consultado el:** 20.08.2014

De acuerdo a la información obtenida en la base de datos de comercio Trade Map, la mejor oferta para exportar a los países europeos seleccionados es Alemania, por ser un país que importa más de acuerdo a esta fracción en USD, siendo el país más alto en importaciones de este tipo, dentro de las cuatro opciones de países seleccionado.³⁰

³⁰ cf. http://www.trademap.org/index.aspx?ReturnUrl=%2fCountry_SelProduct.aspx, Consultado el:20.08.2014

Imagen 35: Lista de los países importadores para la fracción 940360



Fuente: http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx, **Consultado el:** 20.08.2014

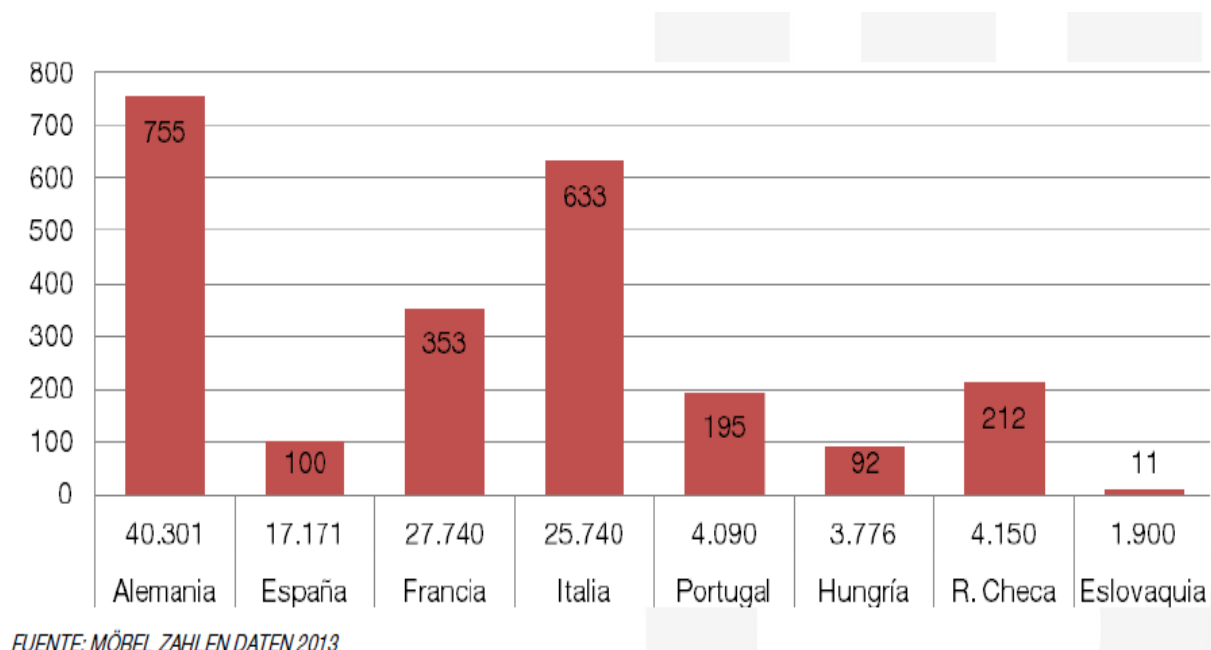
Alemania sigue siendo uno de los mayores importadores de muebles del mundo, tradicionalmente, la mayor parte de sus importaciones provenían de países de la UE (Italia, Austria y Dinamarca). Actualmente la demanda de muebles mexicanos estilo rústico y los de hierro forjado son los que han logrado mayor aceptación en la unión Europea.

El mercado alemán del mueble se encuentra en su mejor momento desde el 2001. Se trata del primer mercado de Europa en volumen y el 3º nivel mundial después de Estados Unidos y China.

Las tendencias del consumo en este mercado siguen la corriente de determinados cambios que se están produciendo en esta sociedad (wellness, hedonismo y lifestyle). Uno de los factores que determinan la demanda son, la temática medioambiental, el alto nivel de consumo y su poder adquisitivo, el envejecimiento de la población y la preocupación por la salud de la misma.

Los alemanes no solo son los mayores productores de muebles en Europa, sino que además son los primeros en consumo per cápita de productos para el hogar. En la gráfica “Gasto medio en muebles y decoración en Europa por unidad familiar 2012” podemos observar que Alemania es el principal consumidor de muebles en Europa y los alemanes son los primeros en consumo anual per cápita y en consumo por hogar de Europa, con un gasto de aproximadamente 755 EUR al año cada hogar. La media de la Unión Europea se sitúa en 293 EUR.³¹

Imagen 36: Gasto medio en muebles y decoración en Europa (Mill. De Euros)



Fuente: ICEX El Mercado del mueble en Alemania 2013, consultado el 21.08.2014

El consumidor alemán destina la mayor parte de sus ingresos a la vivienda y suministros, más que a otras necesidades básicas, incluso más que a la alimentación, transporte y el entretenimiento como puede observarse en la siguiente tabla.³²

³¹ cf. <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/4722934.html?>
Consultado el: 21.08.2014

³² cf. https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/alemania/llegar-al-consumidor?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=35&memoriser_choix=memoriser, Consultado el: 23.08.2014

Imagen 37: Tendencias del consumidor alemán

Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales	2011
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	23,8%
Transporte	13,7%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	11,2%
Ocio y cultura	8,7%
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	6,1%
Hoteles, cafés y restaurantes	5,8%
Ropa y calzado	4,7%
Salud	4,7%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	3,1%
Comunicación	2,6%
Educación	1,0%

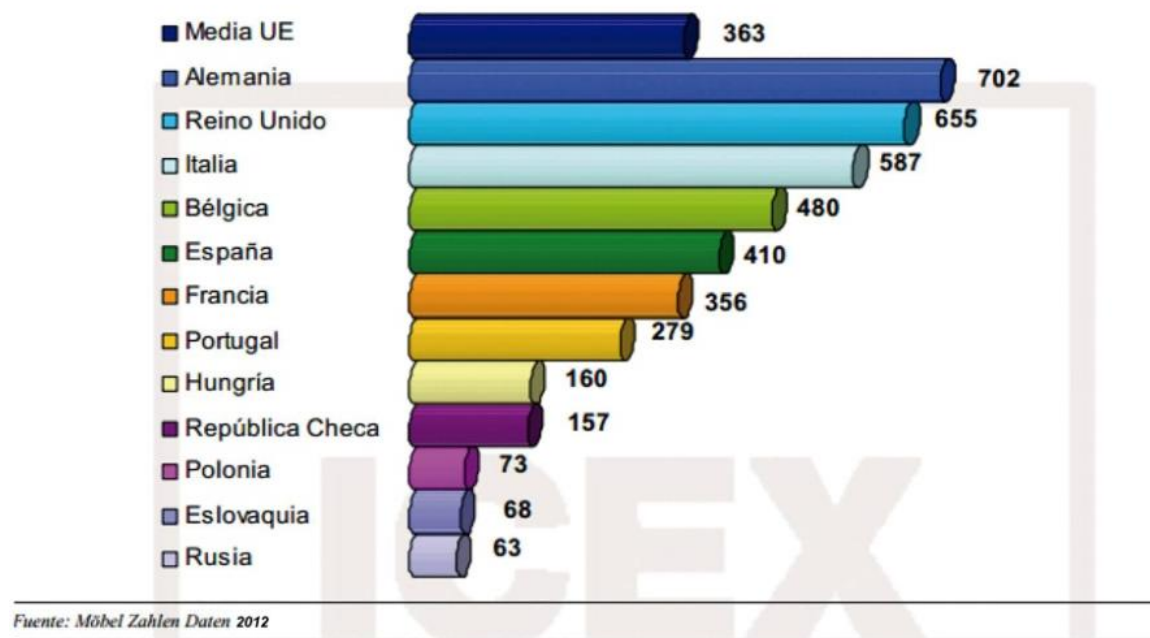
Fuente: *Los datos de las Naciones Unidas*, últimos datos disponibles

Fuente: Santander Trade llegar al consumidor Alemán

La economía alemana ha mantenido su tendencia ascendente en 2007. El instituto Alemán de Estudios Económicos Ifo determino que el poder de compra de los consumidores se vio limitado por las subidas de impuestos, sin embargo esto no afecto en gran medida el poder adquisitivo del mercado alemán, ya que como se muestra en la siguiente grafica es el país con más gasto en muebles y decoración en la Unión Europea.³³

³³ cf. <http://www.cesifo-group.de/de/ifoHome.html>, Consultado el: 23.08.2014

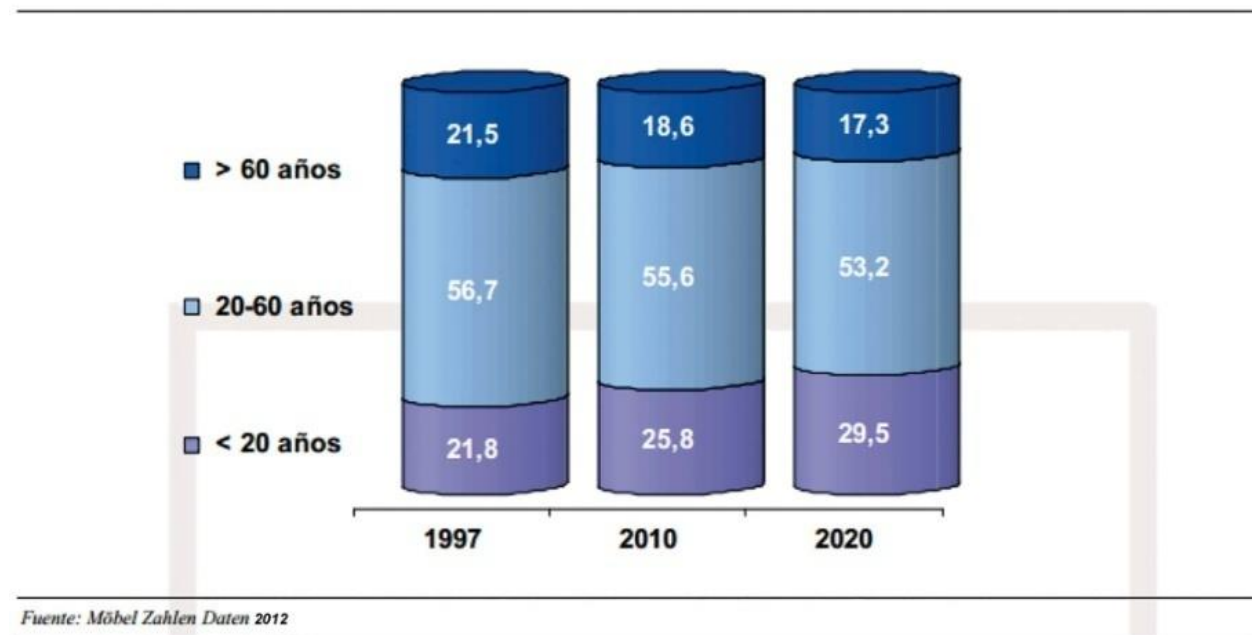
Imagen 38: Países con más gasto en muebles y decoración de la UE



Fuente: Moebel Zahlen Daten 2012

En la gráfica de abajo, se observa la evolución del crecimiento de la población alemana. Comenzando en el año 1997, esta grafica muestra un estimado futuro de la población para el año 2020. Por ello, actualmente los habitantes de más de 50 años de edad gastan más en muebles que las generaciones más jóvenes.

Imagen 39: Edad de la población alemana



Fuente: Moebel Zahlen Daten 2012

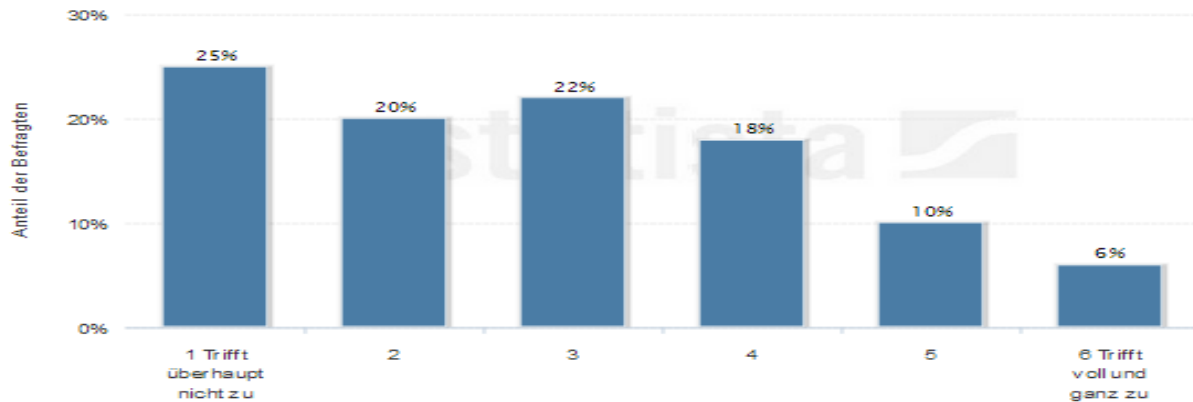
Las tendencias indican que la mentalidad “geiz ist geil” (*lo barato es genial*) va decayendo y se opta también por un mueble de mayor calidad con precios elevados.

La siguiente gráfica dentro de un estudio realizado por *Statista Nielsen*, responde al cuestionamiento “¿Le gusta comprar muebles de bajo precio, fáciles de adquirir pero de baja calidad para cambiarlos después de un tiempo?”; nos indica que partiendo de una escala donde 1 es: *no aplica*; 2: *se aplica poco* 3: *aplica*; 4: *se aplica mucho*; 5: *se aplica demasiado* 6: *se aplica todo y mucho*. La población alemana contestó que no se guía si el mueble que comprara es más barato y fácil de adquirir ya que todo se inclina a que prefieren que su satisfacción se encuentre enfocada en cubrir sus necesidades sin importar el precio y su economía.

Imagen 40: ¿Le gusta comprar mobiliario de bajo precio?

BEVORZUGUNG PREISWERTER MÖBEL

Kaufen Sie sich bereitwillig preiswertere Möbel, die Sie nach einiger Zeit austauschen?



Fuente: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/174717/umfrage/bevorzugung-von-schlichten-und-einfachen-moebeln/>, **Consultado el:** 24.08.2014

Los parámetros de calidad valorados por el consumidor en el momento de adquirir el producto se encuentran en fase de cambio. Comienza a abarcar muchos más factores, aparte de las cualidades básicas del producto en sí, la presentación del mismo, el servicio que lo acompaña o la funcionalidad contribuyen también a proyectar en la mente del consumidor alemán una imagen de calidad.

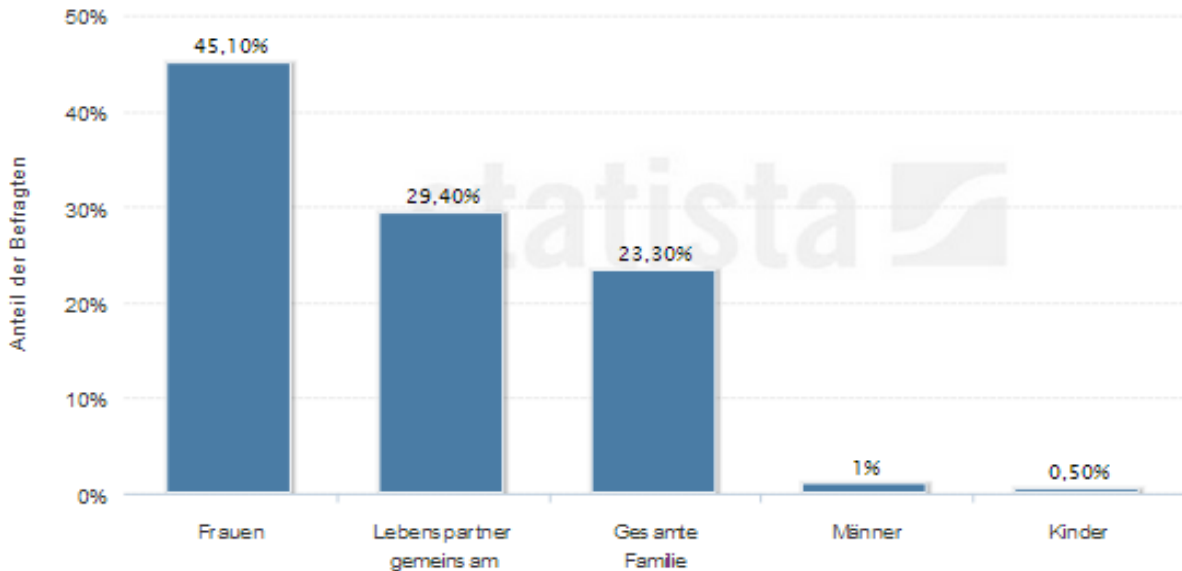
Dado lo anterior, un estudio realizado por *Statista Nielsen* determinó que la selección de los muebles para el hogar está influenciada por el gusto de las mujeres. Por lo que se muestra en la siguiente gráfica, respondiendo a la pregunta “¿Quien se encarga de la selección y compra de muebles en los hogares alemanes?” las personas contestaron que quien decide el tipo de muebles que se compraran en un hogar convencional son (mama, papa e hijos) es en primer lugar las mujeres con casi el 45.10% de la población, seguida de un 30% de las personas que viven con algún amigo, familiar o comparten casa, y tercer lugar a las personas solteras.³⁴

³⁴ <http://www.nielsen.com/de/de.html>, Consultado el: 24.08.2014

Imagen 41: ¿Quién decide en la selección y compra de muebles en los hogares alemanes?

MÖBEL: ENTSCHEIDUNG ÜBER NEUANSCHAFFUNG

Wer entscheidet Ihrer Einschätzung nach in den deutschen Haushalten hauptsächlich über neue Einrichtungsgegenstände?



Fuente: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/174717/umfrage/bevorzugung-von-schlichten-und-einfachen-moebeln/>, **Consultado el:** 24.08.2014

El factor **convenience** (de conveniencia) juega un papel cada vez más importante en la decisión de compra. La compra de muebles tiene que adecuarse a las cuatro premisas básicas de la vida cotidiana: comodidad, rapidez, calidad y accesibilidad que se adapten al máximo a las necesidades de los consumidores.³⁵

Por ello se debe tomar en cuenta los gustos y preferencias de la población alemana. En la siguiente grafica de abajo, podemos observar el porcentaje de los encuestados que contesto a la pregunta “¿De un mueble que te gusta más, que sea simple y sencillo?” a lo cual mencionaron que el 29% de la población prefieren guiarse por el deseo de compra de un mueble simple y sencillo, el 25% de esos encuestados menciono de igual

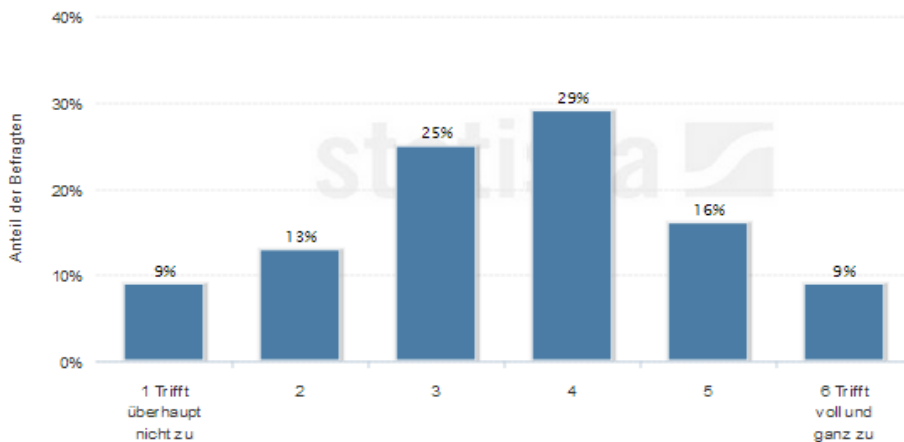
³⁵ cf. http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5518974_5536731_0_0_-1,00.html, Consultado el: 24.08.2014

manera que lo aplica. El 16% los encuestados aplican demasiado este deseo y solo el 9% de la población no lo aplica. Por lo que podemos concluir que las preferencias del mercado son las de un mueble simple y sencillo pero de buena calidad.

Imagen 42: ¿Le gusta más un mueble cuando es simple y sencillo?

BEVORZUGUNG VON SCHLICHTEN UND EINFACHEN MÖBELN

Gefällt Ihnen ein Möbelstück umso besser, je schlichter und einfacher es ist?



Fuente: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/174717/umfrage/bevorzugung-von-schlichten-und-einfachen-moebeln/>, **Consultado el:** 24.08.2014

A pesar de que las estadísticas alemanas no distinguen entre estilos de mueble a la hora de mostrar resultados, podemos tener una idea clara de que el mercado alemán del mueble es un mercado eminentemente de diseño. El consumidor alemán demanda este tipo de producto a la hora de adquirir los elementos que conformaran su entorno, y esta tendencia se acentúa en el estilo rustico.³⁶

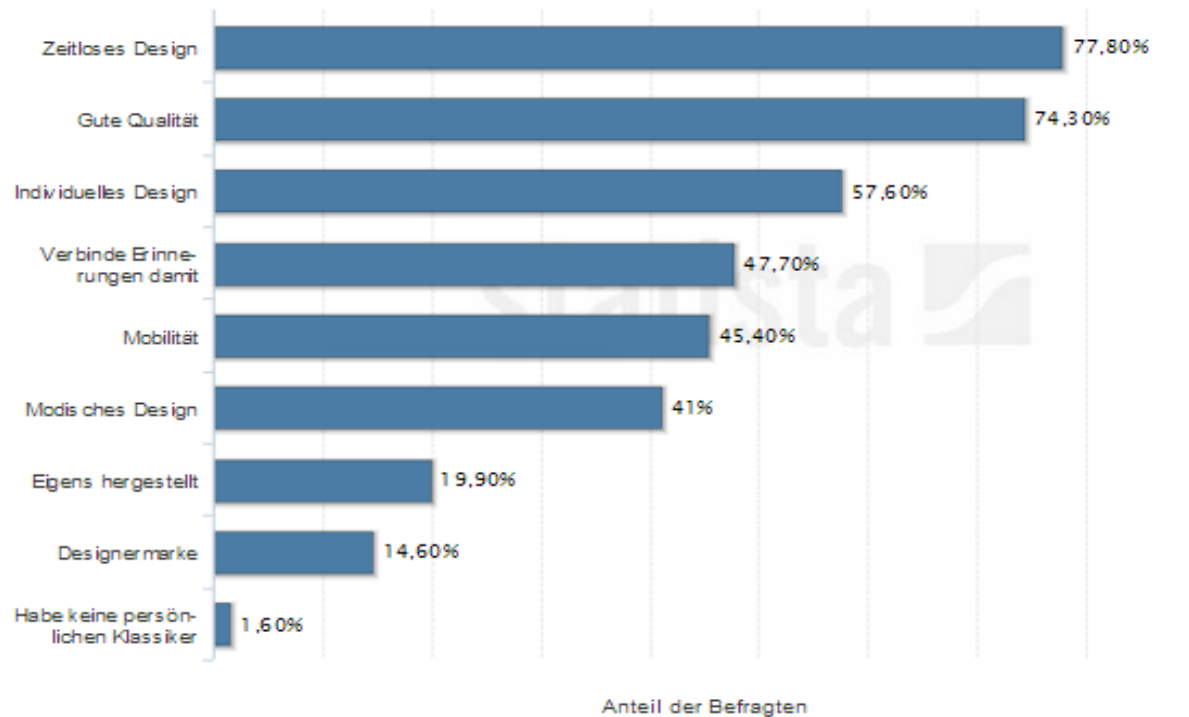
Dado lo anterior en la siguiente gráfica, se puede observar como el mercado meta alemán busca entre otras cosas con casi el 78% de preferencias por un estilo fuera de temporada pero con buena calidad, seguido del 74% que solo prefiere que sea de buena calidad y el 57% de ellos que prefieren un estilo individual al momento de la compra de sus muebles.

³⁶ cf. http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5518974_5536731_0_0_-1,00.html, Consultado el: 24.08.2014

Imagen 43: ¿Qué características tienen sus muebles favoritos?

EIGENSCHAFTEN DER LIEBLINGSMÖBEL

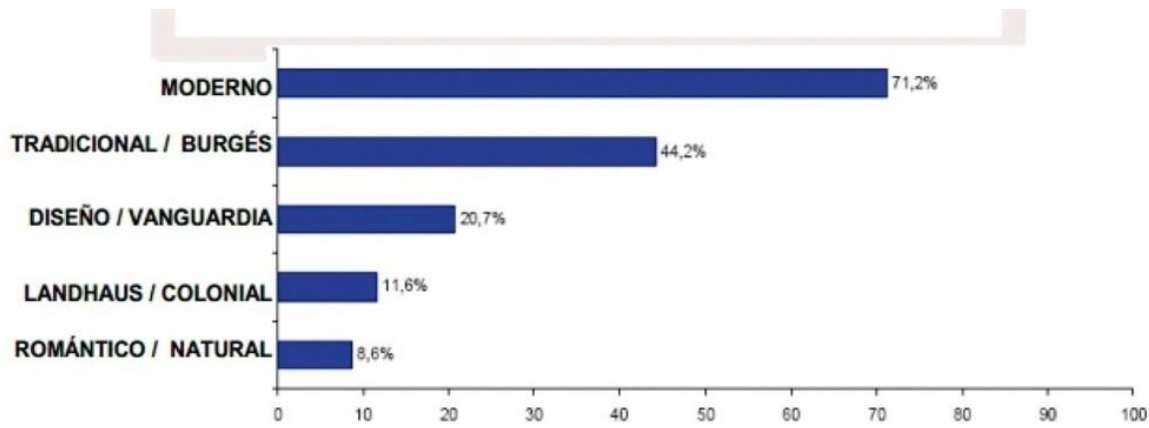
Welche Eigenschaften haben die Möbel, die Ihre persönlichen Klassiker geworden sind?



Fuente: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/1650/umfrage/eigenschaften-die-moebel-zu-persoenlichen-klassikern-machen/>, **Consultado el:** 24.08.2014

En esta encuesta también se ha prestado una atención especial a los estilos preferidos por el consumidor. Los resultados han revelado que el estilo moderno/contemporáneo es el máspreciado, seguido de un estilo más tradicional y el diseño más vanguardista. La cual se puede observar en la siguiente gráfica.

Imagen 44: Preferencias del consumidor Alemán en muebles



Fuente: Trends 2008/2012 Wohnraummöbel Titze Unternehmensberatung GmbH

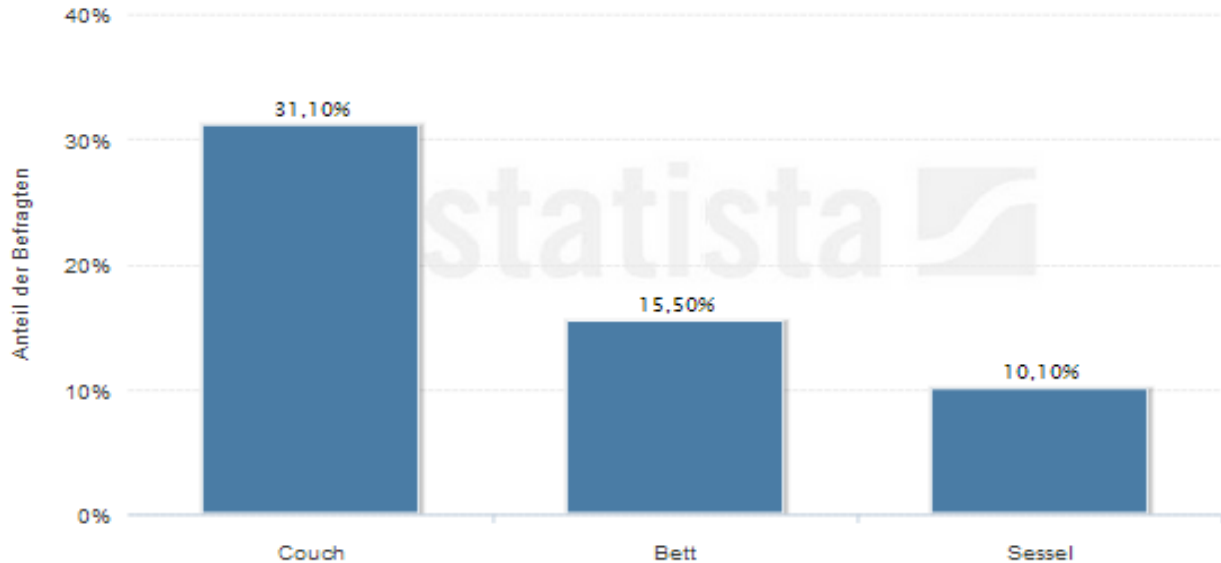
Fuente: Trends 2012 Wohnungsmoebel Titze Unternehmensberatung GmbH

Estas condiciones presumen que los muebles con mayor tendencia a la compra son los sofás, de acuerdo a la siguiente gráfica el 31% de la población encuestada, respondió que el mueble que prefiere comprar es el sofá, mientras que el 15% de ellos contesto que prefiere las camas y solo el 10 % de ellos le gusta comprar sillas.

Imagen 45: ¿Cuál es su mueble favorito?

LIEBLINGSMÖBEL

Welches ist Ihr Lieblingsmöbel?



Fuente: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/1642/umfrage/lieblingsmoebel/>,

Consultado el: 24.08.2014

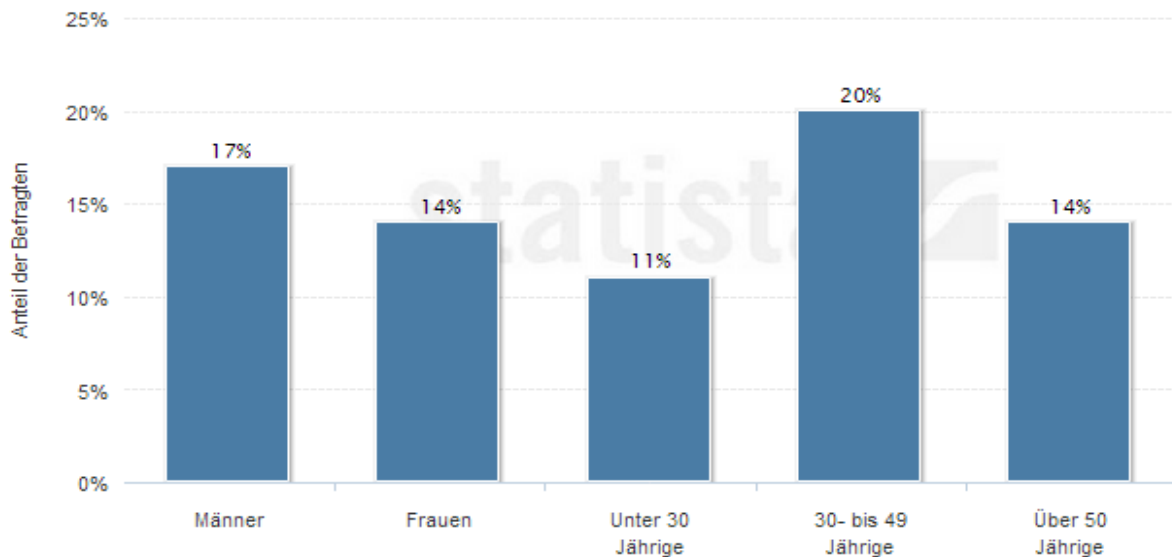
Las estadísticas agregadas que se presentan ponen de manifiesto una dinámica en el mercado alemán: los establecimientos clásicos en la comercialización de muebles descienden, dejando a su paso nuevos canales de distribución adaptados a las nuevas tendencias de consumo. Puede decirse, que el consumidor alemán compra cada vez menos muebles en las tiendas clásicas de muebles y prefiere comprarlos vía internet.

Esta grafica nos muestra que los consumidores alemanes de un rango de edad de entre 30 a 49 años tienen una alta preferencia de comprar por muebles vía Internet que en una tienda convencional, seguido de la población femenina que tiene en 17 % y por último se encuentra la población masculina con un 14 % y las personas mayores de 50 años también con 14% de esta preferencia.

Imagen 46: ¿Ha comprado muebles por internet alguna vez?

MÖBEL UND EINRICHTUNGSGEGENSTÄNDE - DEMOGRAPHIE DER ONLINE-KÄUFER

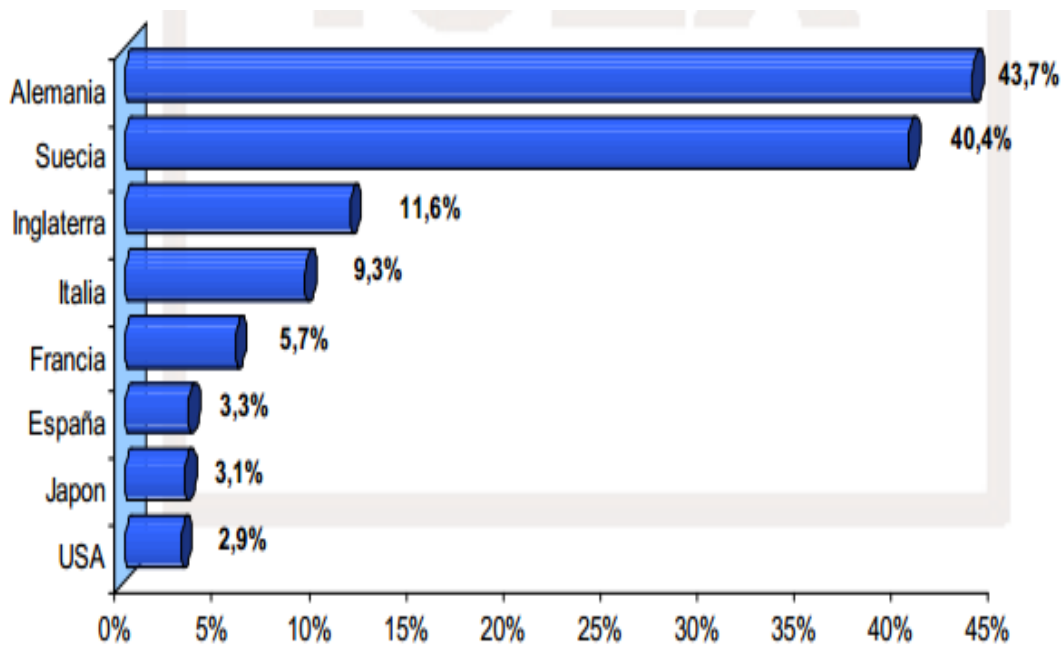
Haben Sie schon einmal Möbel oder Einrichtungsgegenstände im Internet gekauft?



Fuente: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/183769/umfrage/demographie-der-online-kaeuer-von-moebeln-und-einrichtungsgegenstaenden/>, **Consultado el:** 28.08.2014

Con este último gráfico podemos concluir que la gran empatía del mercado alemán por la compra de muebles de otros países, nos acerca a tener un alto grado de aceptación ya que de toda Europa, los consumidores alemanes son los que más gustan de comprar muebles de importación, abriendo así una posibilidad para las que exportaciones mexicanas sean aceptadas y comercializadas en dicho país.

Imagen 47: Países que gustan de comprar muebles del extranjero



Fuente: Das Haus

Fuente: Das Haus 2012

En este gráfico se muestra que dentro de la Unión Europea, Alemania es el país que gusta de comprar más muebles en el extranjero con 43.7% seguido de Suecia con 40.4% y de Inglaterra con 11.6%.

3.4. Precios de referencia en el mercado meta

Tipo de muebles más vendidos en Alemania:

Imagen 48: Cama de ensueño



Astrona
Preis ab 1407 €

KONFIGURIEREN

Fuente: <http://www.audena.de/betten/eiche-rustikal>, **Consultado el:** 29.08.2014

Imagen 49: Armario rústico I



Fuente: <http://www.choozen.de/ts-rustikalen-schrank~ordnungsmoebel,10000277.html>,

Consultado el: 29.08.2014

Imagen 50: Cómoda



Fuente: <http://kleinanzeigen-tipps.kalaydo.de/kunst-und-antiquitaeten/kunst-und-antiquitaeten-bauernmoebel.html>, **Consultado el:** 29.08.2014

Imagen 51: Sillas



4 Stühle im Landhaus Stil - Massivholz mit Eiche rustikal Furnier

Groß-Gerau

4 Stühle im Landhaus Stil - Massivholz mit Eiche
rustikal Furnier. Die Stühle haben einen Sitz (ca. 48
x 43 cm) aus dezentfarbigem Bastgeflecht. Die... »

85 €

Fuente: <http://kleinanzeigen-tipps.kalaydo.de/wohnen-und-einrichtung/wohnen-und-einrichtung-eiche-stuehle-eiche-rustikal.html>, **Consultado el:** 29.08.2014

Imagen 52: Armario II



Antiker Garderobenschrank-Eiche

Sehr gut erhaltener antiker Garderobenschrank aus Eiche mit
zwei Schubladen und Garderobenstange, sowie

Preis: 325,00 € VHB

Ort: 52062 Aachen

Fuente: <http://www.kalaydo.de/kleinanzeigen/1/antiquitaeten-kunst/antike-schraenke-vitrinen/>, **Consultado el:** 29.08.2014

Imagen 53: Vitrina rústica



Antiker belgischer Küchenschrank um 1920

Köln

Aus Platzmangel habe ich diesen schönen Küchenschrank abzugeben. Er besteht aus zwei Teilen. Ein Spiegel läßt die Ablage größer... »

380 €

Fuente: <http://kleinanzeigen-tipps.kalaydo.de/kunst-und-antiquitaeten/kunst-und-antiquitaeten-antik-antik-schrank.html>, **Consultado el:** 29.08.2014

Imagen 54: Cómoda



alte Kommode

Kommode mit Steinplatte Breite: 100cm Tief: 58cm Höhe: 101cm die Höhe der Arbeitsfläche beträgt 85 ...

A-671
Thüringen

300,-

Fuente: http://www.quoka.de/haushalt-moebel/stilmoebel-bauernmoebel/muenchen/cat_09_1183_ct_123976.html, **Consultado el:** 29.08.2014

3.5. Márgenes de intermediación

Canal de acceso al mercado para muebles domésticos tipo (Detallista)

Ventajas:

- Varios tipos de ventas al por menor en (tiendas especializadas, almacenes, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, tiendas en cadena, entre otros).
- Provee control directo durante el proceso.
- Exclusividad de venta para una zona
- Sin comisiones, posiblemente resultando en un mayor volumen de ventas a través de precios bajos, o mayores beneficios a través de márgenes más altos.
- Posibilidad de ofrecer volúmenes pequeños.
- Precios de ventas al consumidor reducidos.

Desventajas:

- La alta inversión por adelantado y los costos de apoyo en proceso.
- Frecuentes visitas requeridas resulta un alto gasto en viaje y tiempo de entrega.
- Se comprometen a un mínimo de compras.
- Usted necesita tener su propio departamento de diseño.

Canal de acceso al mercado para muebles domésticos tipo (Mayoristas)

Ventajas:

- Grandes volúmenes de compra.
- Se utiliza para distribuir productos de gran demanda.
- Le permite llegar a un mayor número de puntos de venta, con un menor costo operativo.
- Hacer llegar los productos a todo el mercado consumidor y a detallistas.

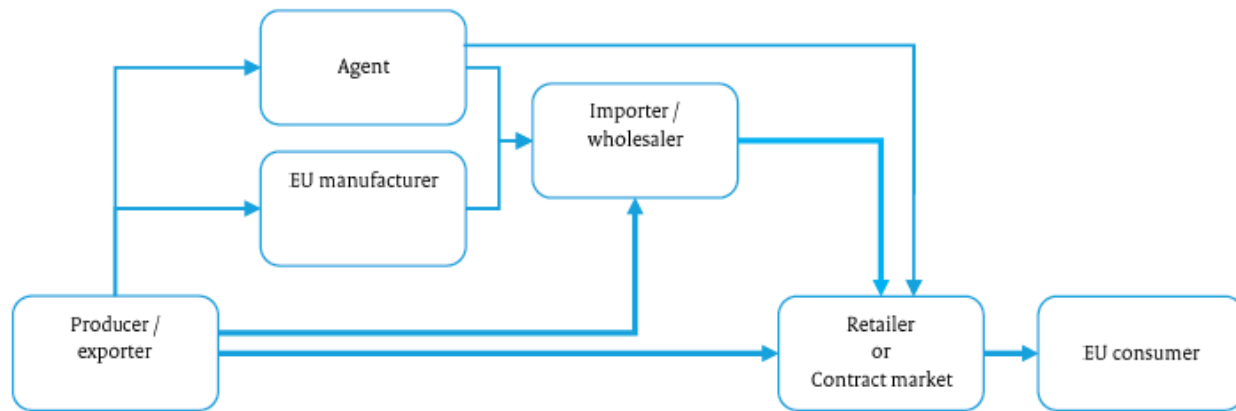
Desventajas:

- Intervienen varios intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas y agentes comerciales, etc.).
- Mayor número de niveles implica menos control y mayor complejidad del canal
- Forma indirecta de llegar al consumidor final.
- Precios de ventas al consumidor elevados.³⁷

³⁷ cf. <http://www.cbi.eu/>, Consultado el: 30.08.2014

3.6. Canales comercialización

Imagen 55: Canales de comercialización



Fuente: http://cbi.eu/?pag=85&doc=7209&typ=mid_document, **Consultado el:** 30.08.2014

Los muebles se distribuyen a través de varios canales. Los canales de comercialización más convenientes para países en desarrollo exportadores de muebles son de tipo minorista, detallistas y mayoristas, que también se puede acceder a través de agentes. En particular, los minoristas son un canal de comercio emergente para las exportaciones de muebles. También considere el mercado de contratos y elija un canal más adecuado.³⁸

³⁸ cf. http://cbi.eu/?pag=85&doc=7209&typ=mid_document, Consultado el: 30.08.2014

3.7.Arancel

94035001

Arcones (como pie de cama), cómodas, consolas, marcos, armarios, cabeceras, burós y todo lo referente a recámaras.

Imagen 56: Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y Exportación para fracción

94035001




Tarifa de la Ley de Impuestos
Generales de Importación
y de Exportación

ANTERIOR

INICIO

SIGUIENTE

Sección:	XX	Mercancías y productos diversos
Capítulo:	94	Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras luminosos y artículos similares; construcciones prefabricadas
Partida:	9403	Los demás muebles y sus partes.
SubPartida:	940350	- Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios.
Fracción:	94035001	Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios.

Unidad de Medida:

Pza

Importación

Exportación

Resto del Territorio

Arancel

IVA

10

16%

Ex.

0%

Franja

Arancel

IVA

Nota 1

Frontera

Arancel

IVA

Nota 1

Region

Arancel

IVA

11%

0%

Fuente: <http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/>, Consultado el: 04.10.2012

La fracción arancelaria para muebles de madera del tipo utilizado en dormitorios de la fuente de sicex.

Vitrinas, libreros, mesas, mesas de centro y laterales, bancas, plateros, revisteros, arconitos, en general "los demás muebles"

94036099

Fuente: <http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/>, **Consultado el:** 04.10.2012

60

Imagen 58: 94036099

Consultando TIGIE (2012) sección Exportación.						
94	Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y artículos similares					
94.03	Los demás muebles y sus partes.					
94.03.60	- Los demás muebles de madera.					
94.03.60.99	Los demás.					

Permisos	
ECONOMIA	SAGARPA
SEMARNAT	SALUD
ENERGIA	SEDENA
CICOPLAF	Otros

Restricciones	
C. Compen.	NOMs
P. Estimado	NOM-Etiq.
Cupos	Padrón
Mercancías Peligrosas	

Anexos	
Anexo 10	
Anexo 12	
Anexo 21	

Capítulo	Partida	Subpartida	Fracción	Aranceles y otros impuestos						Regla de origen		Notas	
←→	←→	←→	←→	TIGIE/Exp	I.V.A.	I.E.P.S.	I.S.A.N.	PROSEC	Medidas de Transición China	A.C.E.	Región y F.F.	Sinónimo	Notas Propias
Arancel:	Ex.												
Unidad:	Pieza												

Fuente: Base de datos de Comercio Exterior Día/, Consultado el: 04.10.2012

Imagen 59: 94035001

Consultando TIGIE (2012) sección Exportación.						
94	Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y artículos similares					
94.03	Los demás muebles y sus partes.					
94.03.50	- Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios.					
94.03.50.01	Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios.					

Permisos	
ECONOMIA	SAGARPA
SEMARNAT	SALUD
ENERGIA	SEDENA
CICOPLAF	Otros

Restricciones	
C. Compen.	NOMs
P. Estimado	NOM-Etiq.
Cupos	Padrón
Mercancías Peligrosas	

Anexos	
Anexo 10	
Anexo 12	
Anexo 21	

Capítulo	Partida	Subpartida	Fracción	Aranceles y otros impuestos						Regla de origen		Notas	
←→	←→	←→	←→	TIGIE/Exp	I.V.A.	I.E.P.S.	I.S.A.N.	PROSEC	Medidas de Transición China	A.C.E.	Región y F.F.	Sinónimo	Notas Propias
Arancel:	Ex.												
Unidad:	Pieza												

Fuente: Base de datos de Comercio Exterior Día/, Consultado el: 04.10.2012

3.8. Formación del precio de exportación

La formación del precio de exportación se realizará por la fijación de precios costing.

En el costing se realiza con un método de base aditiva determinando el precio en base a costos, se basa en conocer los costos totales en lo que le cuesta a la empresa elaborar el producto, agregar una utilidad deseada y de esta forma se obtiene el precio de venta. En este caso para obtener una cotización internacional se basa en el precio de venta puesto en fabrica el cual ya incluye una utilidad, al que se le deben sumar los costos agregados por la logística internacional, de esta forma el exportador podrá guiarse por opciones de precio según el lugar donde acuerde dejar la mercancía, éste método tiene la desventaja de que el precio que el exportador determina puede ser demasiado bajo en el mercado, lo que podría generar desconfianza o, en el mejor de los casos, se estará dejando de ganar. También puede tratarse de un precio muy alto que no sea competitivo en el mercado, sin embargo si no se tiene experiencia en exportación y es su primera vez que exporta es mejor hacerlo por este método.³⁹

El cálculo de las fijaciones de precio están basadas en los precios proporcionados por el empresario de muebles, precios al que son vendidos en el mercado nacional contando con una utilidad ya incluida en el precio. Se exportaran dos líneas de colección más sobresalientes y representativas del país, sumando 43 muebles en total de ambas líneas en un contenedor de 20' pies estándar FCL con capacidad de 33.2 m³/21.770 kg.

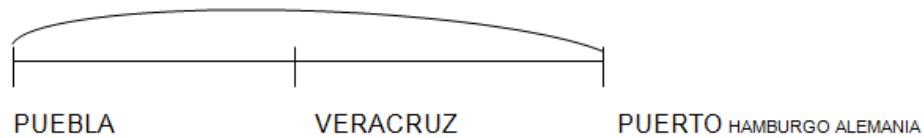
Los costos logísticos están prorrateados entre los costos logísticos y la unidad de muebles a exportar, el pronóstico de exportación está basado en una cotización real de una empresa en logística Ame Internacional S.A DE C.V trazando la ruta de la Cd. de Puebla al puerto de Hamburgo con seguro, las cotizaciones realizadas son EXW, FOB Y CIF. El proceso logístico de exportación arroja un total de \$6103.00 dólares, si se desea mandar esta cantidad de muebles cada mes se debe tomar en cuenta el costo y la capacidad productiva de la empresa para cumplir con los pedidos en tiempo y forma.⁴⁰

³⁹ cf. <http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/ComoDeterminarElPrecioDeExportacion.pdf>, Consultado el: 11.09.2014

⁴⁰ cf. <http://www.ame.com.mx/Logistica.htm>, Consultado el: 11.09.2014

ARCO MARÍTIMO

VERACRUZ- PUERTO DE HAMBURGO, ALE.



TRAMO TERRESTRE

Puebla – Puerto de Veracruz: 308km

Se requerirá transporte terrestre para el tramo desde las puertas de la empresa hasta el puerto de Veracruz de donde será despachada la mercancía al puerto de destino Hamburgo.

TRAMO MARÍTIMO

Puerto de Veracruz – Puerto de Hamburgo Alemania

Tiempo de 28 días.

Se requerirá transporte marítimo para el transporte de mercancía del Puerto de Veracruz al Puerto de Hamburgo Alemania.

3.9. Barreras no arancelarias (normas, requisitos, etc.)

Alemania: Condiciones de Acceso

Directiva 94/62/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 1994, relativa a los envases y sus residuos La presente directiva prevé medidas cuyo objeto es limitar la producción de residuos de envases y promover el reciclaje, la reutilización y otras formas de valorización de dichos residuos; considerándose su eliminación final como la solución de último recurso.

- Embalaje: Peso ligero/ bajo calibre (se recomienda a MUDIC cumplir con este tipo de embalaje para exportar con mayor aceptación a Alemania y demás miembros de la Unión Europea.



Un efecto de la legislación medioambiental de la UE ha sido alentar a la empresa a reducir la cantidad de embalaje utilizando el peso ligero. Reducir el peso del material utilizado con embalaje de metal, cristal, plástico, papel y cartón.

Utilizando la reciente nueva capacidad por materiales más livianos, el uso de cartón corrugado más liviano es una tendencia importante en el mundo de los mercados de embalaje de cartón y papel, por ejemplo el uso de tableros de contenedor de 100g/m² o menos.

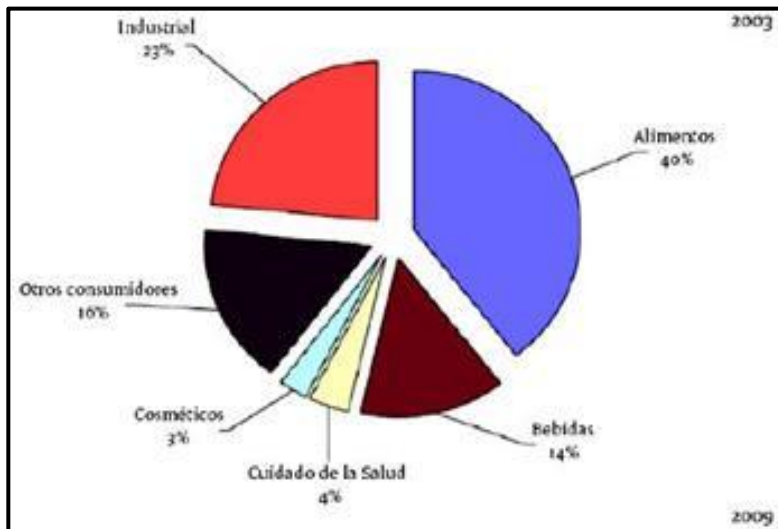
Alemania muestra preferencia por la reciclabilidad del embalaje como la tendencia más relevante por encima del embalaje ecológico y otras alternativas para manejar el embalaje de una manera amigable con el medioambiente. Esta tendencia es apoyada por el uso de etiqueta de reciclabilidad de los productos de embalaje como se ser Green Dot. Los sistemas de punto verde se han convertido en modelos reconocidos internacionalmente que contribuyen a la implementación exitosa de la responsabilidad del productor por las empresas involucradas. Creada de conformidad con la Directiva 94/62/EC de la UE sobre embalaje obliga a las industrias a retirar y recuperar o reciclar el embalaje que se haya colocado en el mercado, en el caso de que así lo requiera el cliente.

Alemania, propietario de la marca Punto Verde, ha asignado la licencia para administrar el uso de la marca comercial en Canadá, Estados Unidos y México para Reclay Steward Edge. La licencia ha sido concedida a Reclay Steward Edge "para proteger la integridad de la marca del "Punto Verde" como un símbolo internacional del compromiso de una compañía con la protección del medio ambiente."

- El embalaje por los sectores de uso final en las industrias

El siguiente diagrama representa la distribución del mercado del embalaje que puede ser visto por los sectores de diferentes industrias como uso final dentro del periodo 2003-2009.⁴¹

Imagen 60: Porcentaje de consumidores que usan Green Dot en los siguientes sectores (Año 2011)



Fuente:

<http://cbi.eu/marketinfo/cbi/?market=0&action=findDocuments&product=19&search=Go>,

Consultado el: 11.09.2014

⁴¹ cf. <http://www.pro-e.org/>, Consultado el: 11.09.2014

Imagen 61: El sector del mueble también cumple con embalaje de reciclaje

Consumidor	Muebles domésticos	Muebles no tapizados
		Muebles de comedor y de sala
		Muebles de cocina
		Muebles de dormitorio

Fuente:

<http://cbi.eu/marketinfo/cbi/?market=0&action=findDocuments&product=19&search=Go>,

Consultado el: 11.09.2014

Reglamento (CE) 1980/2000 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de julio de 2000 relativo a un sistema comunitario revisado de concesión de etiqueta ecológica.

El objetivo del sistema comunitario de atribución de etiqueta ecológica es: Fomentar los productos con un impacto reducido en el medio ambiente antes que los demás productos de la misma categoría; proporcionar a los consumidores orientación e información exacta y con base científica sobre los productos.

- Eco- etiquetas nacionales. (Se le recomienda a MUDIC cumplir con algún tipo de etiqueta para exportar de forma más exitosa al mercado Europeo).

Las etiquetas nacionales son iniciadas por gobiernos nacionales de uno o más países de la UE, obtener una etiqueta nacional puede representar una ventaja competitiva cuando usted se enfoque en los países donde se ha encontrado beneficios.

El objetivo del sistema comunitario de atribución de etiqueta ecológica es: fomentar los productos con un impacto reducido en el medio ambiente antes que los demás productos de la misma categoría; proporcionar a los consumidores orientación e información exacta y con base científica sobre los productos.

La etiqueta ecológica puede concederse a productos existentes en la Comunidad que cumplan determinados requisitos medioambientales y los criterios de la etiqueta.

Los criterios de etiqueta ecológica se establecen por categorías de productos y se basan en:

- Las perspectivas de penetración de los productos en el mercado;
- La viabilidad de las adaptaciones técnicas y económicas necesarias;
- El potencial de mejora del medio ambiente.
- Solicitud de atribución de la etiqueta ecológica europea:
- El fabricante, importador, prestador de servicios, comerciante o minorista presentarán una solicitud de atribución a la autoridad competente designada por el Estado miembro en el cual se fabrique o se comercialice por primera vez o se importe el producto de un tercer país;
- La autoridad competente controlará que el producto se ajuste a los criterios de la etiqueta ecológica y decidirá sobre la concesión de la etiqueta;
- El organismo competente celebrará un contrato tipo con el solicitante sobre las condiciones de utilización de la etiqueta.
- Toda solicitud de concesión de etiqueta ecológica está sujeta al pago de un canon. La utilización de la etiqueta se someterá también al pago de un canon anual por el usuario.

Imagen 62: Etiqueta ecológica de la UE



La etiqueta ecológica de la UE ayuda a identificar los productos y servicios que tienen un impacto ambiental reducido durante todo su ciclo de vida, desde la extracción de materias primas hasta la producción, uso y eliminación. Reconocido en toda Europa, la etiqueta ecológica de la UE es una etiqueta voluntaria promover la excelencia medioambiental, que se puede confiar. Desde las materias primas hasta la fabricación,

envasado, distribución y evacuación de los productos de la etiqueta ecológica de la UE son evaluados por expertos independientes para garantizar que cumplen los criterios que reduzcan su impacto ambiental. La etiqueta ecológica de la UE es una manera fácil de tomar una decisión informada acerca de los productos que usted está comprando.

Imagen 63: Eco Etiqueta Alemana Blue Angel. (Esta ecoetiqueta es la mejor dirigida hacia el mercado alemán).



The Blue Angel es el programa de eco- etiqueta más antiguo en el mundo para los productos no alimenticios. Creada en Alemania, certificado a un amplio rango de productos del consumidor y ha sido utilizada como un modelo para el desarrollo de esquemas internacionalmente, se utiliza en categorías utilizado en hogares de los consumidores y en los ambientes de trabajo como:

- Muebles
- Sistemas de asientos
- Papeles higiénicos
- Pinturas y barnices
- Papeles para emplear

Imagen 64: FSC Certificación Forestal. (Se recomienda a MUDIC comprar madera certificada FSC para la elaboración de sus muebles).



Es un organismo internacional que certifica que los bosques se han gestionado respetando el medio ambiente y los derechos humanos. Está integrado por asociaciones ecologistas, silvicultores, industrias de la madera, organizaciones indígenas e instituciones de certificación. El FSC etiqueta la madera, papel, corcho, etc., que provienen de estos bosques certificados.⁴²

Directiva 2008/98/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de noviembre de 2008, sobre los residuos y por la que se derogan determinadas Directivas.

La presente Directiva establece un marco jurídico para el tratamiento de los residuos en la Unión Europea. Su objetivo es proteger el medio ambiente y la salud humana mediante la prevención de los efectos nocivos que suponen la producción y la gestión de residuos. Los materiales de revestimiento se utilizan comúnmente en la industria del mueble para proporcionar resistencia a materiales químicos, mecánicos y efectos climáticos y también se tiñen a. La madera utilizada para los muebles (muebles y mobiliario) a menudo se conserva con conservantes orgánicos a base de solvente para protegerla contra los hongos, los insectos y la intemperie. En este contexto, los muebles que fabrica capa, pintura, resistente al agua, muebles, etc. Sobré todo muebles de madera puede necesitar obtener un permiso ambiental.

⁴² cf. http://www.udalsarea21.net/documentos/eventos/388-04_aidima_ecoetiquetado_mueble_ihobe.pdf Consultado el: 12.09.2014

Imagen 65: EMAS Gestión Medioambiental Verificada



El sistema comunitario de gestión y auditoría ambiental (EMAS) es un mecanismo voluntario destinado a las empresas y organizaciones que deseen evaluar, gestionar y mejorar su comportamiento en materia ambiental. Regulado por un Reglamento Europeo es más exigente que la ISO 14001.

Imagen 66: Certificación ISO 14001



Provee un marco de trabajo para presentar un sistema de gestión medioambiental. Una parte esencial es el objetivo de mejora continua, es una herramienta que permite a una organización de cualquier tamaño o tipo:

Identificar y controlar el impacto medioambiental de sus actividades, productos o servicios y mejorar el desempeño medioambiental continuamente, e implementar un enfoque sistemático para establecer objetivos medioambientales, para alcanzarlos y demostrar que han sido alcanzados.

Monitoreo: La ISO requiere certificación extrema, ISO 9000 tiene que ser certificado por un cuerpo certificador autorizado como Lloyd's, Veritas y SGS, un certificado es válido

por 3 años, para poder mantener el certificado se necesitan auditorias regulares, tanto internas (1-2 veces por año) como extremas (2 veces por año).

Costos: El costo de una certificación varía de una organización a otra, dependiendo del tamaño y la complejidad de la organización.

Organización: ISO es una red de institutos nacionales de estándares de 157 países, la secretaria central se encuentra en Ginebra, sus miembros son tanto del sector público como privado.⁴³

⁴³ cf. http://europa.eu/legislation_summaries/environment/index_es.htm , Consultado el: 12.09.2014

3.10. Análisis de la competencia

Imagen 67: Empresas mexicanas que exportan muebles a Alemania de acuerdo a la fracción 940350

Nombre de la empresa▲	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad	Sitio web
CONESTOGA INDUSTRIAL, S.A. DE C.V.	22	251-500	México	Ciudad Delicias	
ERIK KRUSEN HANSEN INDUSTRIES, S.A. DE C.V.	28	101-250	México	Zapopan	
FABRICANTES MUEBLEROS, S.A. DE C.V.	55	251-500	México	Monterrey	http://www.famsa.com
LA CASA DE EQUIP Y ARTESANIAS, S.A. DE C.V.	15	21-50	México	Tlajomulco de Zúñiga	http://www.equipalesevelyns.com.mx
MUEBLES HECHT, S.A. DE C.V.	12	21-50	México	Tlaquepaque	
RUSTICOS DON PORFIRIO, S.A. DE C.V.	33	51-100	México	Puebla	
SANTA FE IMPORT & EXPORT RUSTIC, S.A. DE C.V.	18	101-250	México	Puebla	http://www.santaferusticos.com.mx

Fuente: <http://www.trademap.org/CompaniesList.aspx>, **Consultado el: 20.10.2014**

En esta tabla de acuerdo a la fracción 940350, muestra que son pocas las empresas mexicanas de tipo pequeña y mediana empresa que exportan muebles a Alemania y en Puebla sólo hay dos competidores, por lo que la empresa MUDIC puede ingresar a la competencia sin problema.

Imagen 68: Empresas alemanas productoras de muebles de acuerdo a la fracción 940360

<u>Nombre de la empresa</u> ▲	<u>Número de categorías de productos o servicios comercializados</u>	<u>Número de empleados</u>	<u>País</u>	<u>Ciudad</u>	<u>Sitio web</u>
ATX-International	37	1-10	Alemania	Deckenfronn	http://www.atx-international.de
Cramer & Cramer 2.C Möbelfabrik GmbH & Co. KG	31	101-250	Alemania	Elmshorn	http://www.cramer-moebel.de
KARE Design GmbH	15	251-500	Alemania	Garching	http://www.kare-design.de
Manufactum GmbH & Co. KG	10	101-250	Alemania	Waltrop	http://www.manufactum.de
METRO Cash & Carry Deutschland GmbH	32	251-500	Alemania	Düsseldorf	http://www.metro-cc.de
Mirabeau Versand GmbH	13	Unknown	Alemania	Nürnberg	http://www.mirabeau-versand.de
Steinhoff Germany GmbH	22	51-100	Alemania	Westerstede	http://www.steinhoff-moebel.de

Fuente: <http://www.trademap.org/CompaniesList.aspx>, **Consultado el:** 20.10.2014

De acuerdo a la fracción 940360, esta tabla muestra a las empresas productoras de muebles en Alemania, por lo que se puede notar son empresas que van de la micro, pequeña y la mediana empresa, no son muchas empresas, así que MUDIC tiene poder competitivo para ingresar a dicho mercado.

Imagen 69: Empresas mexicanas exportadoras de muebles a Alemania de acuerdo a la fracción 940360

Nombre de la empresa▲	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad	Sitio web
A Y C INTERNACIONAL, S.A. DE C.V.	17	51-100	México	San Luis Potosí	http://www.polrev.com
ACENTO MEXICANO, S.A. DE C.V.	12	51-100	México	Ixtlahuaca de Cuahutémoc	
BAJA WOOD INTERNATIONAL, S.A. DE C.V.	23	251-500	México	Playas de Rosarito	
CLCE, S.A. DE C.V.	34	1-10	México	México	http://www.exportacionmuebles.com.mx
COMERCIAL DE MUEBLES IATA, S.A. DE C.V.	39	51-100	México	Chihuahua	
CONESTOGA INDUSTRIAL, S.A. DE C.V.	22	251-500	México	Ciudad Delicias	
CREACIONES INDUSTRIALES, S.A. DE C.V.	26	101-250	México	Aguascalientes	http://www.linea-italia.com.mx
ERIK KRUSEN HANSEN INDUSTRIES, S.A. DE C.V.	28	101-250	México	Zapopan	
GALLERIA, S.A. DE C.V.	26	51-100	México	Gómez Palacio	http://www.galleriamueblesfina.com.mx
GRUPO JAGER, S.A. DE C.V.	10	21-50	México	México	http://www.jager.com.mx
INDUSTRIAS BAYARDO, S.A. DE C.V.	3	51-100	México	Guadalajara	
INDUSTRIAS EMMAN DE OCOTLAN, S.A. DE C.V.	14	101-250	México	Ocotlán	http://www.emman.com.mx
INDUSTRIAS IMMSA, S.A. DE C.V.	10	101-250	México	Cuautlancingo	http://www.immsa.pue-mx.com
MARQUINTER, S.A. DE C.V.	8	51-100	México	México	http://www.marquinter.com.mx
MOBILKRAFT, S.A. DE C.V.	17	101-250	México	Guadalupe	http://www.mobilkraft.com
MUEBLES BELMONT, S.A. DE C.V.	22	101-250	México	San Juan Ixhuatepec	http://www.mueblesbelmont.com
RUSTICOS DON PORFIRIO, S.A. DE C.V.	33	51-100	México	Puebla	
SANTA FE IMPORT & EXPORT RUSTIC, S.A. DE C.V.	18	101-250	México	Puebla	http://www.santaferusticos.com.mx
SETOHE, S.A. DE C.V.	10	51-100	México	Atizapán de Zaragoza	
SIERRA MADRE TUBULARES, S.A. DE C.V.	15	21-50	México	Monterrey	http://www.sierra-madre.com
TALLER DE ARMADO Y ACABADO DE MUEBLES, S.A. DE C.V.	8	51-100	México	Atizapán de Zaragoza	http://www.milenio.com.mx
WOOD TEK DE MEXICO, S.A. DE C.V.	7	21-50	México	Guadalupe	http://www.mobilkraft.com

Fuente: <http://www.trademap.org/CompaniesList.aspx>, **Consultado el:** 11.10.2012

En esta tabla con la fracción 940360 hay más empresas que exportan este tipo de muebles y van de la micro, pequeña y mediana empresa, por lo que MUDIC tendrá más competencia a exportar con esta fracción, sin embargo puede entrar a la competencia con facilidad, además se observan a las mismas dos empresas poblanas que exportan en la CD Puebla.

Imagen 70: Empresas Alemanas productoras de muebles de acuerdo a la fracción 940360

Nombre de la empresa▲	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad	Sitio web
Adform Spahn AG	12	21-50	Alemania	Büren	http://www.adformspahn.de
best Freizeitmöbel GmbH	4	21-50	Alemania	Hechingen	http://www.best-freizeitmoebel.de
Bulthaup GmbH & Co. KG	31	501-1000	Alemania	Bodenkirchen	http://www.bulthaup.de
Christian Kröger GmbH & Co. KG	42	51-100	Alemania	Löhne	http://www.christian-kroeger.de
Cramer & Cramer 2 C Möbelfabrik GmbH & Co. KG	31	101-250	Alemania	Elmshorn	http://www.cramer-moebel.de
elko Holz oHG	14	1-10	Alemania	Hofheim	http://www.elkoholz.de
Ethica Arief-Macher und Sabry Macher GbR Importhandel	19	1-10	Alemania	Apebern	http://www.ethica-collections.de
F + S Polstermöbel GmbH	11	51-100	Alemania	Weidhausen	http://www.fs-polstermoebel.de
fm Polstermöbel Munzer GmbH	9	101-250	Alemania	Weidhausen	http://www.fm-munzer.de
Haasis Möbel GmbH & Co. KG	43	11-20	Alemania	Balingen	http://www.haasis-moebel.de
HANDELSKONTOR VOIGT	8	1-10	Alemania	Bremen	http://www.handelskontor-voigt.de
Josef Wochner GmbH & Co. KG	3	21-50	Alemania	Rosenfeld	http://www.josef-wochner.de
Karl Naumann GmbH	13	21-50	Alemania	Altenberg	http://www.karl-naumann.de
Kattwinkel Möbelwerkstätten Wiemann GmbH	26	51-100	Alemania	Ibbenbüren	http://www.kattwinkel-moebelwerkstaetten.de
Lambert GmbH	12	101-250	Alemania	Mönchengladbach	http://www.lambert-home.de
Leopold Recht Holzbearbeitungsbetrieb oHG	18	11-20	Alemania	Brühl	http://www.schreinerrei-recht.de
Maderas-GmbH	6	21-50	Alemania	Höxter	http://www.maderas-holztechnik.de
Nagel Küchen GmbH & Co. KG	17	11-20	Alemania	Schwerte	http://www.nagelkuechen.de
O. Lux GmbH & Co.	61	21-50	Alemania	Roth	http://www.lux-haus.de
OSTER Möbelwerkstätten GmbH & Co. KG	27	51-100	Alemania	Dohr	http://www.oster.de
Pierenkemper & Co. GmbH	7	11-20	Alemania	Halver	http://www.pierenkemper.com
Sedex Möbel-Handels-Gesellschaft mbH & Co. KG	4	1-10	Alemania	Essen	http://www.sedex.de
Steinhoff Germany GmbH	22	51-100	Alemania	Westerstede	http://www.steinhoff-moebel.de
WAGNER SYSTEM GMBH	14	101-250	Alemania	Lahr	http://www.wagner-system.de
Zeithofer Wohn- und Objektdeign GmbH	9	21-50	Alemania	Dingolfing	http://www.zeithofer.com

Fuente: <http://www.trademap.org/CompaniesList.aspx>, **Consultado el:** 20.10.2014

En esta última tabla se puede notar que para las fracción 940360 existen más empresas Alemanas productoras de este tipo de muebles, que también van de la micro, pequeña y mediana empresa, sin embargo por la calidad de los muebles de MUDIC está se puede sumar a la competencia.

Como conculcación de este apartado de tablas se nota que hay más número de empresas competidoras, tanto mexicanas como alemanas productoras de muebles con las fracción 940360.

3.11. Mezcla mercadológica

Producto

Muebles de tipo Antiguo como el tradicional mexicano, antiques y español antiguo.

Tradicional mexicano:

Colección con acabados en dos tonos cálidos que juega con los contrastes, líneas sutilmente trazadas para crear un efecto de calidez y armonía; dentro de esta colección se encuentran también los diseños en forja.

Antiques:

Se trata de piezas originales con líneas rectas y acabados deslavados con incrustaciones en polilla y detalles que hacen de cada pieza una obra de arte.

Español antiguo:

Muebles robustos con acabados oscuros con tornos y detalles muy marcados, cada espacio refleja una personalidad impactante

Fuente: Datos proporcionados por MUDIC

Precio

Imagen 71: Precios de Tradicional Mexicana



MUEBLES Y DISEÑOS DE COLECCIÓN SA DE CV

COLECCIÓN TRADICIONAL MEXICANA

LISTA DE PRECIOS MAYOREO

CLAVE	DESCRIPCION	LARGE	HIGH	DEPTH	\$	PM
A001	ARCON ESPAÑOL	127	46	47		\$2.560,00
B00RL	BANCA DE PUERTA	150	43	40		\$1.480,00
BAR01	BARGUEÑO CANTINA	77	120	48		\$3.344,00
B009	BURO TRADICIONAL	47	75	46		\$1.256,00
B010	BURO KING	50	70	43		\$1.256,00
C004M	CABECERA BIO MATRIMONIAL	140	200	7		\$2.152,00
C004K	CABECERA BIO KING SIZE	200	200	7		\$2.600,00
C007	COMODA ALTA 5 CAJONES	77	148	50		\$4.180,00
C011	COMODA CHINA	90	90	44		\$3.360,00
C013	CONSOLA RECTA	60	75	27		\$1.016,00
C014	CONSOLA COQUETA	75	76	29		\$1.160,00
C018	CONSOLA KING CON PIEL GD	150	82	44		\$3.248,00
C022	CONSOLA JUIARIZTA	116	78	40		\$2.480,00
E00M	ESCRITORIO MELY	104	108	57		\$3.120,00
M003	MARCO FRAYLERO CHICO	80	170	5		\$1.584,00
M00RP	MESA DE PUERTA RUSTICA	150	76	100		\$3.080,00
ACC102	PLATERITO DE MESA	40	30	24		\$536,00
ACC103	PORTALLAVES	36	58	15		\$536,00
ACC106	REVISTERO CON CHAROLA	48	62	25		\$400,00
TOC105	TOCADOR INGLES	137	180	45		\$4.792,00
V001	VITRINA BASE DE FORJA	94	172	33		\$4.448,00

Fuente: Datos proporcionados por MUDIC

Imagen 72: Precios de Mudic Antiques



MUEBLES Y DISEÑOS DE COLECCIÓN SA DE CV

COLECCIÓN MUDIC ANTIQUES
LISTA DE PRECIOS MAYOREO

CLAVE	DESCRIPCION	LARGE	HIGH	DEPTH	\$	PM
MA 01AE	ARCON ESPAÑA	113	70	50	\$	2.560,00
MA 02AC	ARMARIO CENTURY				\$	13.456,00
MA 04BP	BANCA PUEBLO	100	44	40	\$	1.280,00
MA 12MP	MESA PUEBLO	150	78	90	\$	2.640,00
MA 06CM	CONSOLA MARIETTA	130	80	46	\$	2.876,00
MA 06CMS	CONSOLA MOSTRADOR	150	76	45	\$	2.320,00
MA 07CCC	CAVA CENTURY CHICA	140	100	50	\$	11.200,00
MA 07CCG	CAVA CENTURY GRANDE	260	100	50	\$	20.000,00
MA 08ES	ESPECIERO SEVILLANO	50	110	17	\$	1.664,00
MA 10LT	LIBRERO TEMPLARIO	30	162	32	\$	1.880,00
MA 09ET	LIBRERO ESQUINERO TEMPLARIO	51	162	33	\$	1.880,00
MA 10LP	LIBRERO PUEBLITO	94	132	32	\$	2.320,00
MA 11MV	MARCO VENTANA	80	120	4	\$	1.200,00
MA 11MM	MARCO MOSTRADOR	100	82	3	\$	760,00
MA 12MCS	MESA CENTRAL SEVILLANA	120	46	90	\$	2.784,00
MA 12MLS	MESA LATERAL SEVILLANA	50	70	50	\$	1.352,00
MA 14SSH	SILLON SEVILLANO	75	93	53	\$	2.088,00
MA 14SLH	LOVE SEAT SEVILLANO	150	93	53	\$	3.240,00
MA 12MCN	MESA CENTURY	300	78	95	\$	18.800,00
MA 12BC	BANCA CENTURY	300	45	40	\$	4.730,00
MA 12MCN-S	MESA CENTURY	200	78	95	\$	16.400,00
MA 12BC-S	BANCA CENTURY	200	45	40	\$	3.800,00

Fuente: Datos proporcionados por MUDIC

(Nota: Estos son los precios en pesos mexicanos que maneja MUDIC en el mercado nacional).

Plaza

Mercado meta: Se llegará a Alemania por el canal de distribución de tipo mayorista y detallista, para tener acceso a más opciones de distribución. (Centros comerciales especialistas en artículos para el hogar, mueblerías, tiendas de artículos antiguos y de tipo artesanal.)

Promoción

IWOFURN

- <http://www.iwofurn.com> - es un negocio en el portal de negocios para el comercio de muebles en Europa, con sede en Alemania.

Revistas de comercio

- Moebelmarkt - <http://www.moebelmarkt.de>

Ferias comerciales

- La Feria internacional de Muebles <http://www.imm-cologne.de> - es la principal feria de muebles en Alemania. Se lleva cabo cada enero en Colonia.

Asociaciones de comercio

- La Asociación de la Industria de Muebles - <http://www.wihninformation.de>.
- GTZ - <http://www.gtz.de> - es una organización de cooperación internacional que trabaja con países en vías de desarrollo.⁴⁴

⁴⁴ cf. <http://cbi.eu/marketinfo/cbi/?market=0&action=findDocuments&product=19&search=Go>, Consultado el: 10.10.2012

3.12. Estrategia de ingreso al mercado

Ferias importantes de muebles en Alemania

Imagen 73: Estrategia de Ingreso al Mercado

imm-Cologne	Koeln Messe, Colonia(Alemania) c/d año Recinto: Köln Messe 19.01.2015/25.01.2015 Mobiliario, Accesorios, Muebles, Textiles La Feria internacional de Mobiliario y Decoración Imm Cologne en Köln, Alemania, ofrece anualmente expositores de primera línea, diseñadores estrella internacionales y principiantes creativos que escenifican los ámbitos de vida del mañana. Imm Cologne presenta una visión general de todo el mobiliario y el diseño del mercado. El espectro va desde muebles para la sala de estar y dormitorio a la cocina, desde el segmento de precios bajos hasta el diseño internacional más exclusivo. Esta oferta se completa con textiles, accesorios del hogar, lámparas y alfombras.
-------------	---

Garten München	Munich (Alemania) c/d año Recinto: New Munich Trade Fair 11.03.2015 – 17.03.2015 Jardinería Los expositores presentan propuestas innovadoras y originales para la creación de tú jardín. En la Garten Muenchen encuentras diferentes tipos de jardines: inglés, mediterráneo, oriental, japonés, moderno o simple y natural. En esta feria encuentras las mejores ideas para tu jardín así como secciones de muebles para decorarlo.
Ligna	Deutsche Messe AG Hannover , Hanóver (Alemania) c/d 2 años Recinto Messe Hanóver 11.05.2015 – 15.05.2015 Ferias industriales, Tecnología Hannover, Alemania, se convierte en el foco de atención para el mundo de la madera y la industria maderera con Lignia. En Lignia se muestra toda la cadena de producción maderera: desde la tala y el procesamiento de la madera hasta la producción industrial de productos de la madera y tecnologías innovadoras de tratamiento de la madera. Esta feria es recomendable para que el empresario asista como espectador más no como participante y así observar las tendencias en madera y de muebles.

Fuente: Elaboración propia, **Basado en:** <http://www.nferias.com/alemania/sectors-all/>, <http://www.auma.de/>, **Consultado:** 16/10/2014

Otras Ferias de muebles en Europa.

Imagen 74: Ferias en Europa

Fecha	Título	Lugar	Sitió web
Noviembre 01-11.11.2014	Amenago	Lille Grand, Francia	http://www.nferias.com/amenago/
Enero 19-22.01.2014	Interiors UK	NEC Birmingham	http://muebles-design-center.blogspot.mx/2014/01/ferias-interiors-uk.html
Abril 14-19.04.2015	Salone del Mobile	Milan	http://www.salonemilano.it/en/
Noviembre 02-05.11.2014	Meubelbeurs	Brussels, Belgium	www.meubelbeurs.be

Fuente:

<http://cbi.eu/marketinfo/cbi/?market=0&action=findDocuments&product=19&search=Go>,

Consultado el: 16.10.2014

3.13. Contratos, formas de pago y negociaciones

Se recomienda una carta de crédito ya que rigen las relaciones entre compradores, vendedores y banqueros en todos los aspectos del crédito documentario, el cual se define “como todo acuerdo por el que un banco (banco emisor) a petición de un cliente (Ordenante) se obliga a hacer un pago a un tercero (Beneficiario) o a aceptar y pagar letras de cambio libradas por el beneficiario, contra la entrega de documentos siempre y cuando se cumplan los términos y condiciones del crédito”. Se recomienda que la carta de crédito sea irrevocable, notificada y confirmada.

Formato de contrato para la exportación, incluye instructivo que indica cómo llenar punto por punto.

MODELO DE CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS E INSTRUCTIVO

Contrato de compraventa que celebran por un parte la empresa (1) representada en este acto por (2) y por la otra la empresa (3) representada por (4) a quienes en lo sucesivo se les denominará como “La Vendedora” y “La Compradora” respectivamente, de acuerdo con las siguientes declaraciones y cláusulas.

DECLARACIONES

Declara “La Vendedora”

Que es Una sociedad anónima legalmente constituida de conformidad con las leyes de la República Mexicana el (5) según consta en la escritura pública número (6) pasada ante la fe del notario público, número (7) licenciado (8) de la ciudad de (9).

Que dentro de su objeto social se encuentran entre otras actividades, las de fabricación, comercialización, importación y exportación de (10)

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

Que el (11) es su legítimo representante y en consecuencia, se encuentra debidamente facultado para suscribir el presente instrumento y obligar a su representada en los términos del mismo.

Que tiene su domicilio en (12) mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

Declara “La Compradora”

Que es una empresa constituida de acuerdo con las leyes en (13) y que se dedica entre otras actividades a la comercialización e importación de los productos a que se refiere la declaración II de “La Vendedora”.

Que conoce las características y especificaciones de los productos objeto del presente contrato. Que el Sr. (14) es su legítimo representante y está facultado para suscribir este contrato.

Que tiene su domicilio en (15) mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

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

CLAÚSULAS

PRIMERA.- Objeto del Contrato. Por medio de este instrumento “La Vendedora” se obliga a vender y “La Compradora” a adquirir (16).

SEGUNDA.- Precio. El precio de los productos objeto de este contrato que “La Compradora” se compromete a pagar será la cantidad de (17) CIF puerto de (18) INCOTERMS, 2010 CCI.

Ambas partes se comprometen a renegociar el precio antes pactado, cuando éste sea afectado por variaciones en el mercado internacional o por condiciones económicas, políticas o sociales extremas en el país de origen o en el de destino, en perjuicio de cualquiera de las partes (19).

TERCERA.- Forma de pago. “La Compradora” se obliga a pagar a “La Vendedora” el precio pactado en la cláusula anterior, mediante carta de crédito documentaria, confirmada e irrevocable y pagadera a la vista contra entrega de los documentos siguientes: (20)

De conformidad con lo pactado en el párrafo anterior, “La Compradora” se compromete a realizar las gestiones correspondientes, a fin de que se establezca la carta de crédito en las condiciones antes señaladas en el banco (21), de la ciudad de (22), con una vigencia de (23).

Los gastos que se originen por la apertura y manejo de la carta de crédito, serán pagados por “La Compradora”.

CUARTA.- Envase y embalaje de las mercancías. “La Vendedora” se obliga a entregar las mercancías objeto de este contrato, en el lugar señalado en la cláusula segunda anterior cumpliendo con las especificaciones siguientes: (24)

QUINTA.- Fecha de entrega. “La Vendedora” se obliga a entregar las mercancías a que se refiere este contrato dentro de los (25) días posteriores a la fecha en que reciba la confirmación de la carta de crédito que se menciona en la cláusula tercera del presente contrato.

SEXTA.- Patentes y marcas. “La Vendedora” declara y “La Compradora” reconoce que los productos objeto de este contrato, se encuentran debidamente registrados al amparo de la (s) patente (s) número (s) (26) y la marca (s) número, (s) (27) ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

“La Compradora” se obliga por medio de este instrumento a prestar toda la ayuda que sea necesaria a “La Vendedora” a costa y riesgo de esta última, para que las patentes y marcas a que se refiere la presente cláusula sean debidamente registradas en (28).

Asimismo, “La Compradora” se compromete a notificar a “La Vendedora”, tan pronto tenga conocimiento, de cualquier violación o uso indebido a dicha (s) patente (s) y marca (s) durante la vigencia del presente contrato a fin de que “La Vendedora” pueda ejercer los derechos que legalmente le correspondan.

SEPTIMA.- Vigencia del contrato. Ambas partes convienen que una vez que “La Vendedora” haya entregado la totalidad de la mercancía convenida en la cláusula primera; y “La Compradora” haya cumplido plenamente con todas y cada una de las obligaciones estipuladas en el presente instrumento operará automáticamente su terminación.

OCTAVA.- Rescisión por incumplimiento. Ambas partes podrán rescindir este contrato en el caso de que una de ellas incumpla sus obligaciones y se abstenga de tomar medidas necesarias para reparar dicho incumplimiento dentro de los 15 días siguientes al aviso, notificación o requerimiento que la otra parte le haga en el sentido que proceda a reparar el incumplimiento de que se trate.

La parte que ejercite su derecho a la rescisión deberá de dar aviso a la otra, cumplido que sea el término a que refiere el párrafo anterior.

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

DÉCIMA.- Subsistencia de las obligaciones. La rescisión o terminación de este contrato no afectara de manera alguna a la validez y exigibilidad de las obligaciones contraídas con anterioridad, o de aquellas ya formadas que, por su naturaleza o disposición de la ley, o por voluntad de las partes, deban diferirse a fecha posterior. En consecuencia, las partes podrán exigir aún con posterioridad a la rescisión o terminación del contrato el cumplimiento de estas obligaciones.

DÉCIMA PRIMERA.- Cesión de Derechos y Obligaciones. Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivados de este contrato.

DÉCIMA SEGUNDA.- Límite de la responsabilidad contractual. Ambas partes aceptan que no será imputable a ninguna de ellas, la responsabilidad derivada de caso fortuito o fuerza mayor y convienen en suspender los derechos y

obligaciones establecidos en este contrato los cuales podrán reanudar de común acuerdo en el momento en que desaparezca el motivo de la suspensión, siempre y cuando se trate de los casos previstos en esta cláusula.

DÉCIMA TERCERA.- Legislación aplicable. En todo lo convenido y en lo que no se encuentre expresamente previsto, este contrato se regirá por las leyes vigentes en la República Mexicana, particularmente lo dispuesto en la Convención de Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de mercaderías y en su defecto, por los usos y prácticas comerciales reconocidos por estas.

DÉCIMA CUARTA.- Arbitraje. (29)

Se firma este contrato en la ciudad de _____ a los _____ días del mes de ____ de _____

“La Vendedora”

“La Compradora”

INSTRUCTIVO

1. Indicar el nombre completo o la denominación de la empresa vendedora.
2. Mencionar el nombre completo de la persona física que firmará el documento, quien deberá estar facultada para ello.
3. Incluir el nombre completo o denominación de la empresa compradora.
4. Citar el nombre completo de la persona que suscribió el contrato.
5. Anotar la fecha en la que se constituyó legalmente la empresa vendedora.
6. Mencionar el número correspondiente del acta constitutiva.
7. Citar el número de la notaría en la cual se llevó a cabo el trámite de constitución de la empresa.
8. Indicar el nombre completo del titular de la notaría antes mencionada.
9. Incluir la ciudad en la que está establecida la notaría.
10. Mencionar un extracto del objeto social de la empresa.
11. Anotar el puesto o cargo que tiene dentro de la empresa, la persona que firma el contrato, ejemplo: gerente, administrador, etc.
12. Señalar el domicilio completo de la empresa.
13. Indicar el país en el cual se constituyó la empresa compradora.
14. Mencionar el nombre completo de la persona que firmará el documento por parte de la empresa compradora.
15. Señalar el domicilio completo de la empresa compradora.
16. Precisar las mercancías objeto del contrato, detallando la cantidad, características y condiciones en que se encuentran o bien, los criterios para su determinación.
17. Señalar la cantidad de dinero, en dólares de los Estados Unidos de América que se pagará por la compra de los productos. También se podrá establecer el procedimiento para fijar el precio de las mercancías.
18. Anotar el puerto de embarque, sólo, en caso de que se utilice transporte marítimo.
19. Este párrafo es opcional y sólo se deberá utilizar en casos especiales, ejemplo: productos perecederos.
20. Precisar los documentos necesarios que las partes convengan y la forma en que estos deberán ser presentados por el comprador para hacer efectiva la carta de crédito. Recomendándose establecer tales estipulaciones en un documento anexo, del contrato.
21. Señalar el nombre del banco y sucursal en el cual el vendedor requiera sea establecida la carta de crédito (cuando ello sea posible).
22. Indicar el nombre de la ciudad en donde está establecida la oficina bancaria antes citada.
23. Señalar la vigencia de la carta de crédito.
24. Especificar de qué modo las mercancías deben estar envasadas y embaladas. Sobre todo, cuando los productos vayan a estar expuestos a los riesgos de una manipulación poco cuidadosa o de climas extremos.
25. Indicar el período de tiempo con el que cuenta el vendedor para embarcar las mercancías.
26. Mencionar en su caso, el número de la patente de los productos.
27. Anotar el número correspondiente al registro de marca.
28. Señalar en su caso, el nombre de la autoridad competente para registrar patentes y marcas del país de destino.

29. Señalar el texto de la Cláusula Arbitral del Organismo Arbitral que se elija.

NOTA: Se recuerda a las partes la conveniencia de indicar, en la cláusula de arbitraje, el derecho aplicable al contrato, el número de árbitros, el lugar o sede del arbitraje y el idioma en que debe desarrollarse el procedimiento arbitral, así como de conocer previamente el Reglamento del Procedimiento Arbitral.⁴⁵

⁴⁵ cf. http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Interactivos/contratos_de_compraventa_internacional_de_mercaderias/Espanol.pdf, Consultado el: 07.10.2012

4. Distribución física internacional y plan de embarque

4.1. Medio de Transporte a utilizar

Se requerirá transporte terrestre para el tramo desde las puertas de la empresa hasta el puerto de Veracruz de donde será despachada la mercancía al puerto de destino Hamburgo.

Puebla – Veracruz.- transporte terrestre en tracto camión articulado (plataforma) que soporta un peso de 16 a 30.5 toneladas y la distancia Pue-Ver son 308 km.

Veracruz – Hamburgo.- Transporte marítimo en Barco se necesita un Contenedor Dry Cargo de 20' pies, con un tiempo de llegada de 28 días.

Un contenedor Dry Cargo de 20 pies:

Imagen 72: Dry Cargo Container

CONTENEDOR DRY-VAN 20'

PESO	VACIO	2.250 Kg	
	PESO MAXIMO	28.240 Kg	
MEDIDAS	EXTERNO	INTERNO	PUERTAS ABIERTAS
LARGO	6.058 mm	5.900 mm	-
ANCHO	2.438 mm	2.345 mm	2.335 mm
ALTO	2.591 mm	2.400 mm	2.290 mm
VOLUMEN	33,30 m3		



Fuente:

<http://www.intertransit.com/esp/descargas/TIPOS%20CONTENEDORES%20MARITIMOS.pdf>, Consultado el: 14.09.2014

4.2. Puerto de entrada

Puerto de Hamburgo, Alemania.

4.3. Cotización internacional EXW, FOB, CIF

A continuación se presenta una cotización real de exportación de mobiliario presentada por la empresa logística Ame Internacional, S.A. DE CV.



Presentación de tarifas en dólares para la exportación de mobiliario de la ciudad de Puebla, pue. a la ciudad de Hamburgo, Alemania. a través del servicio domicilio a puerto por vía marítima. El volumen del envío es de 26 metros cúbicos.

Servicio de embalaje del total del mobiliario, incluyendo consolidación de contenedor y bloqueo de mobiliario al interior del mismo para verificar desglose. (Ver Anexo 2)	USD\$ 2,076.00
Servicio de traslado terrestre de contenedor en ruta PUEBLA – VERACRUZ	USD\$ 1,200.00
Servicio de despacho aduanal de exportación en Veracruz, incluyendo maniobras en Puerto	USD\$ 1,127.00
Flete marítimo internacional para contenedor de 20 pies en ruta VERACRUZ – HAMBURGO, ALEMANIA	USD\$ 1,700.00

Fuente: Correo electrónico de AME INTERNACIONAL, S.A. de C.V., recibido el: 28.09.2014

Imagen 76: Prorratio de las tarifas por c/d unidad de mueble

EXW			
Total	2076 USD		
Embalaje/etiquetado		48.279	
Total de muebles	43 unidades		
FOB			
Total	2327 USD		
Flete terrestre Puebla-Veracruz	1200	27.9069	
Despacho de mercancía/maniobras	1127	26.2093	
Total de muebles	43 unidades		
CIF			
Total	6103 USD		
Flete Marítimo Veracruz-Hamburgo	1700	39.5348	
Seguro 2.5%		7.31	
Valor de total de la mercancía	12586.7451	0.025	314.668628
Total de muebles	43 unidades		

Fuente: Elaboración propia, Basado en precios nacionales MUDIC y en tarifas de AME INTERNACIONAL S.A DE C.V, elaborado: 05/10/2014

Prorratio de los precios dados por la empresa entre el número de 43 muebles, para obtener el incrementable por servicios logísticos de cada mueble y poder sacar el precio de cada uno en precio EXW, FOB Y CIF manejando la moneda en dólares.

Imagen 77: Ejemplo de cómo sacar la fijación de precio de c/d mueble

	COSTING			
		EXW	FOB	CIF
ARCON ESPAÑOL		192.45	192.45	192.45
Embalaje/etiquetado		48.279	48.279	48.279
		240.729	240.729	240.729
Flete terrestre Puebla-Veracruz			27.9069	27.9069
Despacho/maniobras			26.2093	26.2093
			294.8452	294.8452
Flete Marítimo Veracruz-Hamburgo				39.5348
Seguro				7.3178
				341.6978

Fuente: Elaboración propia, Basado en precios nacionales MUDIC y en tarifas de AME INTERNACIONAL S.A DE C.V, elaborado: 05/10/2014

En este ejemplo se muestra claramente cómo sacar el prorrateo de cada mueble para fijar su precio en EXW, FOB, CIF.

Imagen 78: Cotización de 1era línea de muebles

Colección tradicional mexicana		COSTING		
MODELOS DE MUEBLES	PRECIO NACIONAL	PRECIO EXW	PRECIO FOB	PRECIO CIF
ARCON ESPAÑOL	192.45	240.729	294.8952	341.6978
BANCA DE PUERTA	111.246	159.525	213.6412	260.4938
BARGUEÑO CANTINA	251.356	299.635	353.7512	400.6038
BURO TRADICIONAL	94.4414	142.7204	196.8366	243.6892
BURO KING	94.4414	142.7204	196.8366	243.6892
CABECERA BIO MATRIMONIAL	161.814	210.093	264.2092	311.0618
CABECERA BIO KING SIZE	195.531	243.81	297.9262	344.7788
COMODA ALTA 5 CAJONES	314.354	362.633	416.7492	463.6018
COMODA CHINA	252.686	300.965	355.0812	401.9338
CONSOLA RECTA	76.4193	124.6983	178.8145	225.6671
CONSOLA COQUETA	87.2503	135.5293	189.6455	236.4981
CONSOLA KING CON PIEL GD	244.357	292.636	346.7522	393.6048
CONSOLA JUIARIZTA	156.578	204.857	258.9732	305.8258
ESCRITORIO MELY	234.727	283.006	337.1222	383.9748
MARCO FRAYLERO CHICO	119.169	167.448	221.5642	268.4168
MESA DE PUERTA RUSTICA	231.717	279.996	334.1122	380.9648
PLATERITO DE MESA	40.3178	88.5968	142.713	189.5656
PORTALLAVES	40.3178	88.5968	142.713	189.5656
REVISTERO CON CHAROLA	30.0879	78.3669	132.4831	179.3357
TOCADOR INGLES	360.439	408.718	462.8342	509.6868
VITRINA BASE DE FORJA	334.565	382.844	436.9602	483.8128

Fuente: Elaboración propia, Basado en precios nacionales MUDIC y en tarifas de AME INTERNACIONAL S.A DE C.V, elaborado: 05/10/2014

Primera lista de precios de muebles de la línea tradicional mexicana. (Nota: los precios tanto nacional como EXW, FOB, CIF ya están dados en dólares).

Imagen 79: Cotización de 2da línea de muebles

MODELOS DE MUEBLES	PRECIO NACIONAL	PRECIO EXW	PRECIO FOB	PRECIO CIF
ARCON ESPAÑA	192.463	240.742	294.8592	341.7108
ARMARIO CENTURY	1,011.39	1059.669	1113.7852	1160.6378
BANCA PUEBLO	96.1876	144.4666	198.5828	245.4354
MESA PUEBLO	198.387	246.666	300.7822	347.6348
CONSOLA MARIETTA	216.118	264.397	318.5132	365.3658
CONSOLA MOSTRADOR	174.337	222.616	276.7322	323.5848
CAVA CETURY CHICA	841.794	890.073	944.1892	991.0418
CAVA CENTURY GRANDE	1503.29	1551.569	1605.6852	1652.5378
ESPECIERO SEVILLANO	125.074	173.353	227.4692	274.3218
LIBRERO TEMPLARIO	141.358	189.637	243.7532	290.6058
LIBRERO ESQUINERO TEMPLARIO	141.358	189.637	243.7532	290.6058
LIBRERO PUEBLITO	174.442	222.721	276.8372	323.6898
MARCO VENTANA	90.223	138.502	192.6182	239.4708
MARCO MOSTRADOR	57.1416	105.4206	159.5368	206.3894
MESA CENTRAL SEVILLANA	209.287	257.566	311.6822	358.5348
MESA LATERAL SEVILLANA	101.636	149.915	204.0312	250.8838
SILLON SEVILLANO	156.97	205.249	259.3652	306.2178
LOVE SEAT SEVILLANO	243.574	291.853	345.9692	392.8218
MESA CENTURY	1413.33	1461.609	1515.7252	1562.5778
BANCA CENTURY	355.575	403.854	457.9702	504.8228
MESA CENTURY	1232.86	1281.139	1335.2552	1382.1078
BANCA CENTURY	285.685	333.964	388.0802	434.9328

Fuente: Elaboración propia, Basado en precios nacionales MUDIC y en tarifas de AME INTERNACIONAL S.A DE C.V, elaborado: 05/10/2014

Segunda lista de precios de muebles de la línea antiques. (Nota: los precios tanto nacional como EXW, FOB, CIF ya están dados en dólares).

4.4. Documentos y requisitos generales para exportar

Requisitos para exportar

- Estar dado de alta y activo en el Registro Federal de Contribuyentes. NOTA: (Sólo un pequeño grupo de productos requiere que la empresa se registre en el Padrón de Exportadores Sectorial, estos productos son: bebidas alcohólicas, cerveza, alcohol, alcohol desnaturalizado, mieles incristalizables y tabacos labrados.)
- Determina la fracción arancelaria de tu producto.
La ley aduanera autoriza solamente al Agente Aduanal y a la SHCP para la determinación de la fracción arancelaria.
- Conocer las regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias de tu producto.
- Solicitar cuestionario EUR1 en Secretaría de Economía para conocer si los muebles son originarios de la región cumpliendo la regla de origen, para posteriormente obtener el certificado de origen EUR1.

Documentación requerida para exportar de acuerdo al Art.36-A II LA

La documentación básica exigida en cualquier proceso de exportación es la siguiente:

1. Pedimento de exportación (trasmitir a través del sistema electrónico aduanero).
2. Factura comercial electrónica o digital.
3. Encargo conferido (autorización ante la autoridad aduanera para que el agente aduanal lleve a cabo el despacho a nombre del exportador)
4. Carta de instrucciones al agente aduanal (información específica y detallada de la operación y se entrega directamente al agente aduanal)
5. Lista de empaque
6. Certificado de origen EUR1
7. Documento del transporte B/L y seguro.
8. Documentos que avalen el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias, tales como: certificados sanitarios, certificados de calidad, permisos, etc.

Fuente: cf. <http://www.promexico.gob.mx/es/mx/pasos-exportar>, **Consultado el:**
29.10.2014

4.5. Envase

Los problemas que evita un buen sistema de empaque y embalaje:

Imagen 80: Lo que evita un buen sistema de envase y embalaje

Tipo De Riesgo	Causas
MECÁNICO	Vibración, trepidación, rotura, oscilación, derrame y colisión.
FÍSICO	Malos manejos, apilamiento y almacenamiento inadecuado.
TÉRMICO Y CLIMÁTICO	Calor, frío, humedad, bruma, moho, rocío, corrosión, condensación.
CONTAMINACIÓN	Por contacto con materiales residuales, olores y cargas incompatibles.

Fuente: www.revista-mm.com/ediciones/rev70/maquinaria_empaques.pdf, **consultado:** 20/09/014

Actualmente los muebles de la empresa MUDIC no tienen ningún tipo de envase. Se recomienda que a cada mueble se le mande a hacer un envase de cartón corrugado de doble cara.

- Cartón corrugado: es la materia prima preferida para el empaquetamiento de artículos propios de la industria del mueble, con él se pueden envolver artículos de manera directa, o armar cajas. De acuerdo a su estructura, el cartón se divide en simple cara, doble cara y doble doble, y su resistencia varía de acuerdo al tipo de onda: tipo A (5.0 mm), tipo B (3.0 mm), tipo C (4.0 mm) y tipo E (1.5 mm). A mayores ondulaciones por metro, la superficie se hace más lisa y la onda más rígida lo que favorece la disminución de defectos causados por el aplastamiento.

4.6. Embalaje

Actualmente lo que se usa de embalaje para los muebles es un emplazado y esquineros.

Imagen 81: Embalaje I Películas Estirables



Fuente: http://www.revista-mm.com/ediciones/rev70/maquinaria_empaques.pdf,

Consultado el: 23.11.2012

Se recomienda usar el emplazado o película estirable para el cuidado de muebles en cuanto a la protección de ralladuras, también se utilizan, esquineros y codos protectores.

- Esquineros: éstos ayudan a preservar tanto las esquinas de las cajas como la de los productos. Existen los fabricados en cartón rígido con espesores entre 0.80" a 5", anchos de ala de 1.5" a 5" e infinidad de largos. Los hay también de plástico con espesor de 10.0" y ancho de ala de aproximadamente 2", sin embargo, las especificaciones pueden variar según el fabricante.

Imagen 82: Embalaje II Esquineros



Fuente: http://www.revista-mm.com/ediciones/rev70/maquinaria_empaques.pdf,
Consultado el: 23.11.2012

- Codos y protectores para esquinas y bordes: estos elementos creados, específicamente para proteger los bordes y las esquinas de los productos, son elaborados usualmente en cartón o espuma; sin embargo, este último material es el más utilizado ya que crea una barrera eficiente contra golpes, vibraciones humedad y temperatura. Además es más ligero, resistente y acolchado. Los codos y protectores se fabrican usualmente en forma de L, C, V o U para que puedan adaptarse a las esquinas y curvas de los productos con gran facilidad. Los espesores, longitudes y diámetros pueden variar de acuerdo no sólo al fabricante, sino a las necesidades del cliente.⁴⁶

Imagen 83: Embalaje III Bloqueo



Fuente: http://www.revista-mm.com/ediciones/rev70/maquinaria_empaques.pdf,
Consultado el: 23.11.2012

⁴⁶ cf. http://www.revista-mm.com/ediciones/rev70/maquinaria_empaques.pdf, Página 4, Consultado el: 23.11.2012

Bloqueo

Para el bloqueo en el contenedor para eliminar espacios muertos se recomienda utilizar:

Tableros Honeycomb®: variedad que presenta una estructura –patentada en México–, formada por celdas hexagonales en papel kraft, entre dos líneas del mismo material, unidas con adhesivo. Este modelo constructivo, según la combinación de celdas y espesores ofrece una sorprendente resistencia para soportar cargas de compresión elevada. Éste es un material liviano, de fácil manipulación y versátil, con él se crean protectores de esquinas y perfiles, así como rellenos de huecos y plataformas.⁴⁷

Imagen 84: Tableros Honeycomb



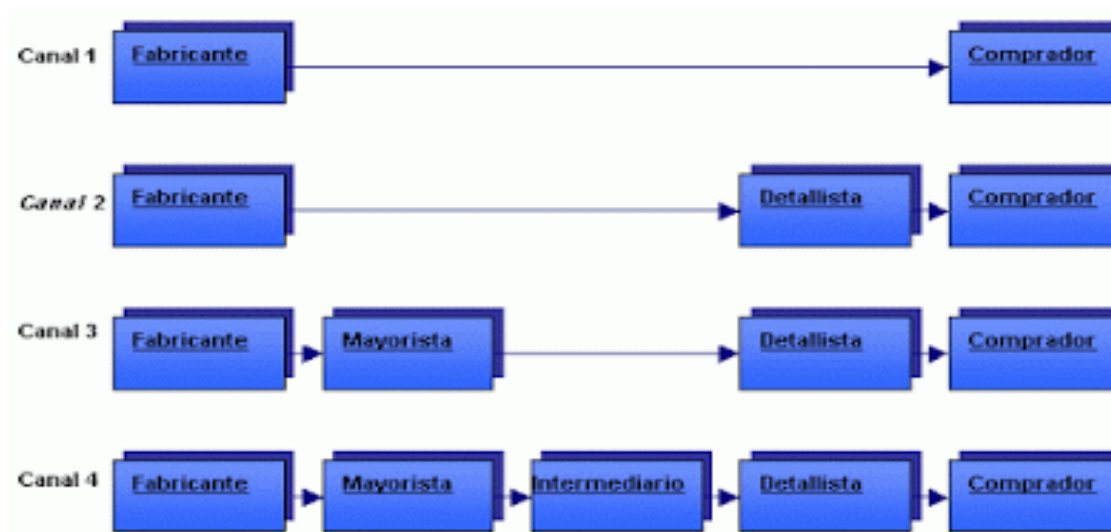
Fuente: http://www.revista-mm.com/ediciones/rev70/maquinaria_empaques.pdf,

Consultado el: 23.11.2012

⁴⁷ cf. http://www.revista-mm.com/ediciones/rev70/maquinaria_empaques.pdf, Página 4, Consultado el: 23.11.2012

4.7. Canales de distribución

Imagen 85: Canales de Distribución



Fuente: <http://es.slideshare.net/sudatec/distribucion-y-canal-de-distribucion>, Consultado el: 24.09.2014

Los muebles se pueden distribuir por varios canales, sin embargo se le recomienda a MUDIC comercializar los muebles por dos posibles canales. El primero es por un canal dos o canal corto (fabricante, detallista, comprador) y solo existe un intermediario, el detallista compra en volúmenes reducidos, sin embargo para utilizar este tipo de canal el detallista debe tener capacidad de compra para luego vender a detalle al consumidor final, pueden ser tiendas especializadas, almacenes, supermercados y tiendas de conveniencia, entre otras. La siguiente opción es por un canal tres o canal largo (fabricante, mayorista, detallista, comprador) en este canal existen dos intermediarios el mayorista que se dedica a comprar en grandes volúmenes para luego vender los productos a detallistas.⁴⁸

⁴⁸ cf. <http://es.slideshare.net/sudatec/distribucion-y-canal-de-distribucion>, Consultado el: 24.09.2014

5. Plan comercial

5.1. Participación en ferias internacionales

La feria para muebles en Alemania que es la más adecuada para MUDIC es la “imm cologne”.

Imagen 86: Logotipo - imm cologne



Fuente: <http://www.imm-cologne.com/en/imm/home/index.php>, **Consultado el:** 26.11.2012

La Feria internacional de Mobiliario y Decoración “imm cologne” en Köln, Alemania, ofrece anualmente expositores de primera línea, diseñadores estrella internacionales y principiantes creativos que escenifican los ámbitos de vida del mañana.

“imm cologne” presenta una visión general de todo el mobiliario y el diseño del mercado. El espectro va desde muebles para la sala de estar y dormitorio a la cocina, desde el segmento de precios bajos hasta el diseño internacional más exclusivo. Esta oferta se completa con textiles, accesorios del hogar, lámparas y alfombras.

Imagen 87: Información de feria imm cologne a detalle

imm cologne The international furnishing show	
Próxima fecha	19.01.2015 – 25.01.2015
Feria de	Mobiliario, Accesorios, Muebles, Textiles
Ubicación	Koeln Messe, Colonia (Alemania)
Página web	http://www.imm-cologne.com/en/imm/home/index.php
Contacto en México	Mexico: Deinternational de México, S.A. de C.V., Av. Santa Fé 170, oficina 1-4-12, Lomas de Santa Fé, 01210 México, D.F., Mexico, Tel. +52 55 15005900, Fax +52 55 15005910, E-Mail: gabriela.gonzalez@deinternational.com.mx
Expositores	Proveedores internacionales de muebles de sala de estar, dormitorio y cuarto de baño, colchones y sistemas de sueño. Proveedores internacionales de textiles para el hogar, revestimientos de paredes, revestimientos de suelos, iluminación, accesorios, así como equipamiento de baño. Proveedores de productos de decoración para el negocio de contratos.
Visitantes	Comercios especializados de todo tipo de muebles y decoración, tiendas especializadas de cama, diseñadores de interiores, arquitectos, diseñadores, planificadores, ebanistas, carpinteros, decoradores de interiores.
Hechos y cifras	1.209 expositores 260,000 m2, 11 Salas 120.000 visitantes
Más hechos y cifras	http://www.imm-cologne.com/en/imm/diemesse/daten_fakten/index.php , consultado el 20.10.2014
Formulario de inscripción	http://www.imm-cologne.com/en/imm/fuer_aussteller/anmeldung/index.php C onsultado el: 20.10.2014

Precios de participación	El tamaño mínimo de soporte es 12 m² El precio de participación (más IVA) es: Si te registras por 30 de marzo 2014 - 165,00 EUR/m² Si te registras por 30 de junio 2014 - 175,00 EUR/m² Si se registra a partir del 1 de julio 2014 - 185,00 EUR/m² Además, una alzada energía cuota de 8,50 euros por m² y una cuota de AUMA de 0,60 EUR/m² se cobrará, además de una tarifa plana para expositores servicios. Todos los precios son netos y no incluyen IVA. El precio del alquiler para el área de soporte no incluye el costo de cualquier construcción.
--------------------------	---

Fuente: [http://www.imm-](http://www.imm-cologne.com/media/imm/downloads_25/pdf_26/anmeldeunterlagen_13/engl/application_document_s_complete.pdf)

[cologne.com/media/imm/downloads_25/pdf_26/anmeldeunterlagen_13/engl/application_document_s_complete.pdf](http://www.imm-cologne.com/media/imm/downloads_25/pdf_26/anmeldeunterlagen_13/engl/application_document_s_complete.pdf), **Consultado el: 20.10.2014**

5.2. Revistas especializadas

Hay varias revistas y catálogos especializados para muebles en Alemania, los más grandes e importantes son los siguientes.

Imagen 88: Catálogos y Revistas

Catálogos de empresas de venta por correo	
Baur Versand GmbH & Co KG	www.baur.de
BDSK Handels GmbH & Co. KG	www.xxxlmoebelhaeuser.de
Heinrich Heine GmbH	www.heine.de
OTTO GmbH & Co. KG	www.otto.de
Revistas	
H.O.M.E	www.home-mag.com
Living at Home	www.livingathome.de
möbel kultur	www.moebelkultur.de
Schöner Wohnen	www.schoener-wohnen.de
Wohnen	www.wohnen-magazin.de

Fuente: Elaboración propia, Basado en catálogos y revistas importantes de muebles en Alemania, elaborado: 20.10.2014

5.3. Definición de una página web ideal

En el mundo interconectado de hoy, es inevitable para casi todas las empresas, tener una página web muy informativa para poder competir con las empresas rivales. Es muy importante que esta página tenga un diseño claro y profesional que refleje la filosofía de la propia empresa. El sitio web debe ser fácil de usar para asegurarse de que el cliente encuentra también fácilmente el producto que quiere comprar. Además, es muy importante que se respete una expresión profesional adecuada a la empresa. El sitio web debe estar diseñado coloridamente, pero no sobrecargado.⁴⁹

⁴⁹ cf. Grotenhoff, M. / Stylianakis, A. (2002), p. 33, Consultado en: 05.11.2012

Por lo que, la meta de cualquier sitio web debe ser que el producto que vende la empresa, sea mostrado en una forma que se muestre al cliente que precisamente, ese producto es la solución a su problema. Para lograr este objetivo, es aconsejable poner textos técnicos a disposición, ofrecer folletos y posiblemente describir la presentación con videos o imágenes.⁵⁰

Para estructurar detalladamente la estructura de un sitio ideal. Definitivamente se debe tener información "Sobre Nosotros / Historia de la Empresa" para dar al cliente una impresión de la compañía a las personas que visitan la página web. Por otra parte fomenta más confianza el activar botones de contacto para que el interesado en los productos se contacte con la empresa, por lo que deben ser proporcionados nombres, correos, teléfonos y dirección de la ubicación de la empresa.⁵¹

Por supuesto, también es esencial ofrecer una sección del "Producto o Servicio de Información", donde el cliente se puede informar con más detalle sobre los productos, pero donde también se puede informar sobre las opciones de servicio. Entre las opciones de servicio se debe ofrecer el servicio al cliente en general como el valor agregado, además de servicios de garantía.⁵²

También, se recomienda que se instale un área de "Noticias o Prensa" donde los clientes puedan encontrar fácilmente información sobre la industria de los productos de la empresa para que pueda hacer comparaciones de precio y calidad del producto.⁵³

Uno de los componentes más importantes de una página web ideal es el "Carro de Compras / Formulario de Pedido" que siempre deberá trabajar sin problemas, ya que los clientes fácilmente nos pueden cambiar por la competencia.⁵⁴

Además es recomendable facilitar fotos y videos de los productos, así como de los empleados para poder dar una imagen más detallada del producto al cliente.⁵⁵

⁵⁰ cf. Grotenhoff, M. / Stylianakis, A. (2002), p. 116, Consultado en: 05.11.2012

⁵¹ cf. Grotenhoff, M. / Stylianakis, A. (2002), p. 116, Consultado en: 05.11.2012

⁵² cf. Grotenhoff, M. / Stylianakis, A. (2002), p.120, Consultado en: 05.11.2012

⁵³ cf. Grotenhoff, M. / Stylianakis, A. (2002), p. 121, Consultado en: 05.11.2012

⁵⁴ cf. Grotenhoff, M. / Stylianakis, A. (2002), p.121, Consultado en: 05.11.2012

⁵⁵ cf. Grotenhoff, M. / Stylianakis, A. (2002), p.122, Consultado en: 05.11.2012

El botón de "Búsqueda" también es esencial, para facilitar a los clientes el navegar a través de la página web de forma rápida y fácil le permita al cliente encontrar lo que necesita.⁵⁶

A todo el mundo le gusta ser especial, por lo que es aconsejable la creación de una "Área de Miembros", en la que solo algunos clientes puedan acceder. Con este método, los clientes estarán ligados a la empresa, ya que se les dará la sensación de ser importantes y especiales para la empresa.⁵⁷

También, es importante, hoy en día, introducir "Ligas de Medios Sociales", lo que aumentará la popularidad de la empresa.⁵⁸

Por último, también es esencial ofrecer el sitio en diferentes idiomas, sobre todo cuando la empresa interactúa a nivel mundial. Esto es particularmente importante con respecto al principio 20/80, el cual dice que el 20% de clientes hacen el 80% de las ventas de una empresa. Con el fin de crear un sitio web exitoso, todos estos aspectos deben ser considerados.⁵⁹

⁵⁶ cf. Grotenhoff, M. / Stylianakis, A. (2002), p. 109-112, Consultado en: 05.11.2012

⁵⁷ cf. Grotenhoff, M. / Stylianakis, A. (2002), p. 109-112, Consultado en: 05.11.2012

⁵⁸ cf. Grotenhoff, M. / Stylianakis, A. (2002), p. 109-112, Consultado en: 05.11.2012

⁵⁹ cf. Grotenhoff, M. / Stylianakis, A. (2002), p. 109-112, Consultado en: 05.11.2012

Imagen 89: Criterios de una página web ideal

Criterio	Propósito
Sobre Nosotros / Historia de la Empresa	Fomentar confianza
Contacto	Permitir el contacto entre cliente y empresa
Producto o Servicio de Información	Proporcionar información detallada para el cliente
Noticias / Prensa	Información sobre novedades / Actualizaciones
Carro de Compras / Formulario de Pedido	Aumentar las ventas
Búsqueda	Aumentar la comodidad del cliente
Área de Miembros	Construir y fortalecer fidelización con el cliente
Liga de Medios Sociales	Aumentar la popularidad

Fuente: Elaboración propia, Basado en: Grotenhoff, M. / Stylianakis, A. (2002), p. 116, Consultado en: 05.11.2012

6. Riesgos críticos

6.1. Riesgos internos

Uno de los riesgos a los que puede estar expuesto y que se hace más evidente al trabajar con materiales combustibles es la posibilidad de que se produzca un incendio o una explosión, entre otras cosas, preocúpese de revisar que la instalación eléctrica esté en perfectas condiciones, siga los procedimientos de trabajo y colabore con el orden y el aseo.

Tomar precaución del sig. Listado para prevenir accidentes:

- Origen eléctrico (instalaciones eléctricas defectuosas o inadecuadas). Llamas abiertas.
- Proyección de partículas incandescentes.
- Descuidos en el control de las fuentes de calor y/o combustibles. Acumulación de vapores emanados de pinturas, barnices, etc. Mezcla de polvo de madera y aire.
- Electricidad estática.
- Contacto con sustancias y productos tales como: pinturas y barnices, disolventes, pegamentos, etc.

6.2. Riesgos externos

Algunos de los riesgos que podemos señalar que podrían existir externamente en la empresa “MUDIC” son:

- Que los compradores no paguen.
- La forma de pago no sea confiable.
- Que ambas partes no lleguen a un acuerdo en responsabilidades (INCOTERS).
- El medio de transporte falle.
- El mal manejo de la mercancía.

6.3. Planes de contingencia

El siguiente plan de contingencia es el ejemplo de una mueblería pyme, a falta de información sobre “MUDIC”, para mayor conocimiento de la empresa, fue publicada la Revista en Gestión Práctica de Riesgos Laborales, Nº 24, Sección Artículos, 01 de Febrero de 2006.

Publicado hace casi 7 años. El simulacro implica una representación de emergencia simulada y requiere más planificación, coordinación e implicación que otros ejercicios de preparación como las pláticas, el manejo de extintores o el estudio de casos.

El simulacro que presentamos se realizó en una pyme del sector del mueble para cumplir con la diligencia de fecha 22/11/2004 del Inspector de Trabajo, que confirmaba la necesidad de finalizar el plan de evacuación y emergencia con la práctica de un simulacro, de acuerdo con el artículo 20 de la Ley 31/95 de Prevención de Riesgos Laborales, que establece la obligación del empresario de "analizar las posibles situaciones de emergencia y adoptar las medidas necesarias en materia de primeros auxilios, lucha contra incendios y evacuación de los trabajadores". Durante el año 2004 se hizo la revisión del Plan de Emergencia. De enero a abril se procedió a la revisión y actualización de la señalización; entre mayo y junio se actualizaron los trazados de las vías de evacuación en el suelo de la planta y, tras determinar quiénes eran los integrantes de los equipos de emergencia, se llevó a cabo la formación a los mismos en temas como primeros auxilios, manejo de extintores, etc. Finalmente, el 27 de enero de 2005 tuvo lugar la realización del simulacro.

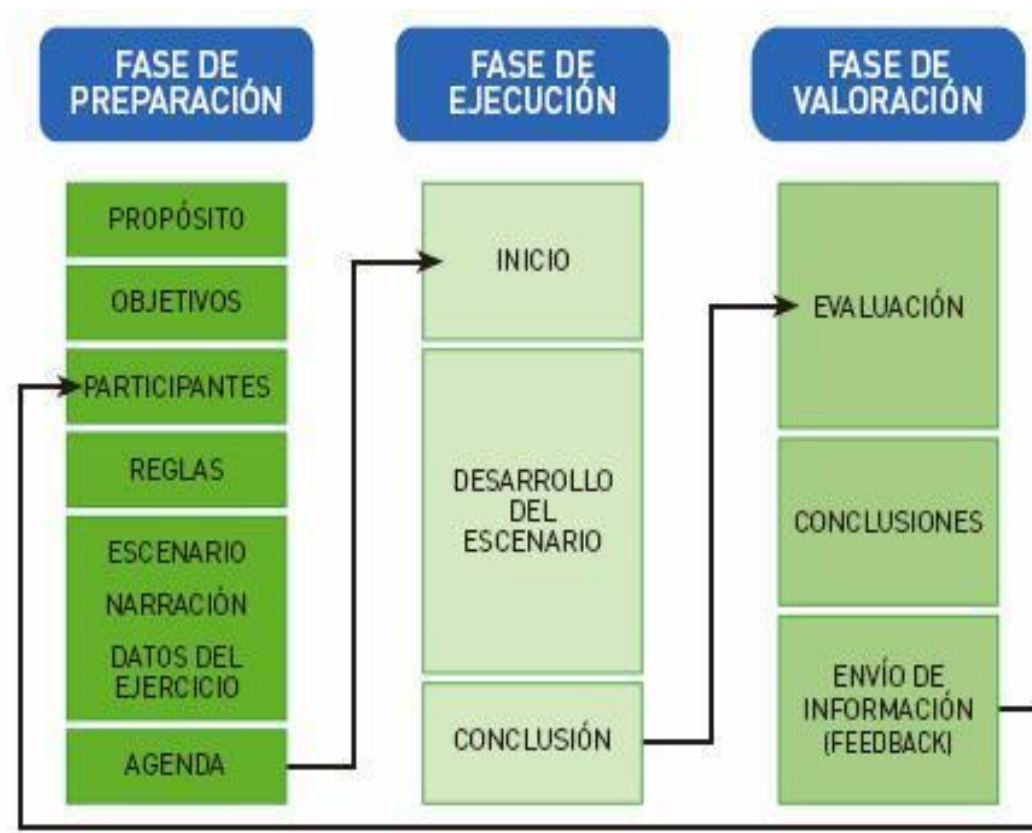
Para su preparación y posterior realización se ha utilizado el esquema de la imagen 90, que consta de las fases siguientes:

- Fase de preparación, en la que se seleccionan los elementos del ejercicio.
- Fase de ejecución, en la que se desarrolla la práctica del ejercicio.

- Fase de valoración, en la que se evalúan los resultados, se obtienen las conclusiones y se comunican a todos los implicados.⁶⁰

Las flechas entre las distintas etapas de cada fase indican el flujo de información entre ellas.

Imagen 90: Fases del Simulacro



Fuente: <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, **Consultado el:** 25/009/2014

En la fase de preparación se determinan los elementos que se emplean en la fase de ejecución y se utiliza como guía la imagen 91.

⁶⁰ cf. <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, Consultado el: 29.09.2014

Imagen 91: Fases de Preparación

El Propósito	Especifica la razón que hace necesario que el ejercicio se realice. Incluye las funciones a valorar, las personas participantes y el tipo de riesgo que se simula.
El Objetivo	Meta expresada de forma simple, clara, concisa, específica y en términos medibles. Sirve de guía de orientación para la planificación de todo el ejercicio.
Los Participantes	Hay distintos participantes, que pueden o no intervenir, según la amplitud y el objetivo propuesto en el ejercicio. En el caso más general son: • el coordinador o director cuya función es hacer los preparativos para la formación y encargarse de las necesidades logísticas. • el facilitador cuya función es proporcionar todo lo necesario para el ejercicio y observar el desarrollo del mismo. • los miembros del equipo, de los que hay a su vez varios tipos. – el observador cuya presencia es opcional y su función es tanto informarse, como dar una visión del ejercicio, desde un punto de vista diferente. – los actores son las personas que están presentes en el lugar del incidente y que pueden ser miembros de los propios equipos de respuesta a la emergencia o personas que viven o trabajan en dicho lugar: el responsable de comunicación. – el responsable de comunicación.
Las Reglas	Normas que rigen el desarrollo del ejercicio. Entre ellas destacan: • el código o nombre clave para que los participantes o cualquiera que oye alguna comunicación durante el simulacro, sepan que se trata de un ejercicio y no de una situación real. • las condiciones de inicio y fin, ya sean ordinarias o extraordinarias.
El Escenario	Información preparada para el ejercicio, que representa la emergencia simulada y que está formado por: • la narración que consta de: – el resumen director o principales acontecimientos que lo guían y principales acciones de respuesta esperadas. – las condiciones iniciales de la instalación, el edificio o el lugar. – los acontecimientos desencadenantes. • la secuencia temporal de acontecimientos. • la información verbal o escrita que se da a los participantes. Esta información comprende: – los mapas o diagramas del lugar. – los datos de la instalación o del edificio. – los datos de materiales peligrosos, si procede. – los datos meteorológicos. – las fotos u otro soporte audiovisual.
La Agenda	Pautas y criterios que determinan la planificación del ejercicio. Tiene en cuenta las funciones a evaluar como: • el funcionamiento de las alarmas. • la coordinación y el control. • la atención a los heridos. • la gestión de recursos. • las comunicaciones internas y externas: entre equipos, con los equipos externos, a las familias y con los medios de comunicación. • el cierre de actividades y el cierre de locales.

Fuente: <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, **Consultado el:** 25/009/2014

En la práctica, esta fase se inició con una reunión con el Responsable del Servicio de Prevención, cuatro días antes de la fecha del simulacro.

El objetivo era planificar la fase de ejecución y el material de trabajo es la siguiente:

- El Plan de Emergencia revisado en 2004.

- La estructura organizativa de medios humanos de respuesta a la emergencia.
- El esquema gráfico de las fases del simulacro de la Imagen 91.
- La autorización del Jefe de Producción y la Dirección de la empresa para la realización.
- El día y la hora previstos para el simulacro.

Las conclusiones a las que se llegó en esta reunión fueron las relativas a:

- A. Las funciones y procedimientos a valorar en cuanto a las personas participantes y los medios disponibles siguientes:
 - Comprobar si todas las personas han escuchado e interpretado claramente la señal de alarma.
 - Ver si los equipos de alarma y evacuación dirigen a las personas hacia la salida.
 - Cumplimiento del tiempo previsto de evacuación, estimado en 10 minutos.
 - Contar el número de ilesos, heridos y muertos. Reciben esta denominación las personas que no quieran participar en el simulacro, por motivos propios o de trabajo, y que podrían resultar heridas o muertas en una situación real.
 - Comprobar si son adecuadas la señalización de emergencia y las vías de evacuación.
 - Identificar situaciones críticas y descubrir situaciones no tenidas en cuenta en el Plan de Emergencia.
- B. El tipo de situación riesgo que se simula, que fue la detección de un incendio.
- C. Las personas designadas como Participantes fueron las siguientes:
 - Como Coordinador o director se designó al Responsable del Servicio de Prevención.
 - Como facilitador/observador se designó al Técnico de Prevención de la empresa.
 - Los miembros de los equipos de emergencia son los de la Imagen 92, de la que se han suprimido los nombres reales.
 - El resto del personal de la empresa, que actuarían como actores.
 - El responsable de comunicación.⁶¹

⁶¹ cf. <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, Consultado el: 29.09.2014

Imagen 92: Miembros de los Equipos de Emergencia

CARGO	NOMBRE	Departamento/Sector nº de teléfono interno
Jefe de Emergencia	Jefe: nombre Suplente: nombre	Dirección – 001 Dirección – 002
Jefe de Intervención	Jefe: nombre Suplente: nombre	Compras – 003 Compras – 004
Equipo de Primera Intervención (EPI)	Jefe: nombre Actuantes: nombres Jefe suplente: nombre Actuantes suplentes: nombre	Dirección – 005 Producción – 006
Equipo de Segunda Intervención (ESI)	Jefe: nombre Actuantes: nombres Jefe suplente: nombre Actuantes suplentes: nombre	Producción – 007 Dirección – 008
Equipo de Alarma y Evacuación (EAE)	Jefe: nombre Actuantes: nombres Jefe suplente: nombre Actuantes suplentes: nombre	Expedición – 009 Despacho – 010
Equipo de Primeros Auxilios (EPA)	Jefe: nombre Actuantes: nombres Jefe suplente: nombre Actuantes suplentes: nombre	Despacho – 011 Despacho – 012

Fuente: <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, **Consultado el:** 25/009/2014

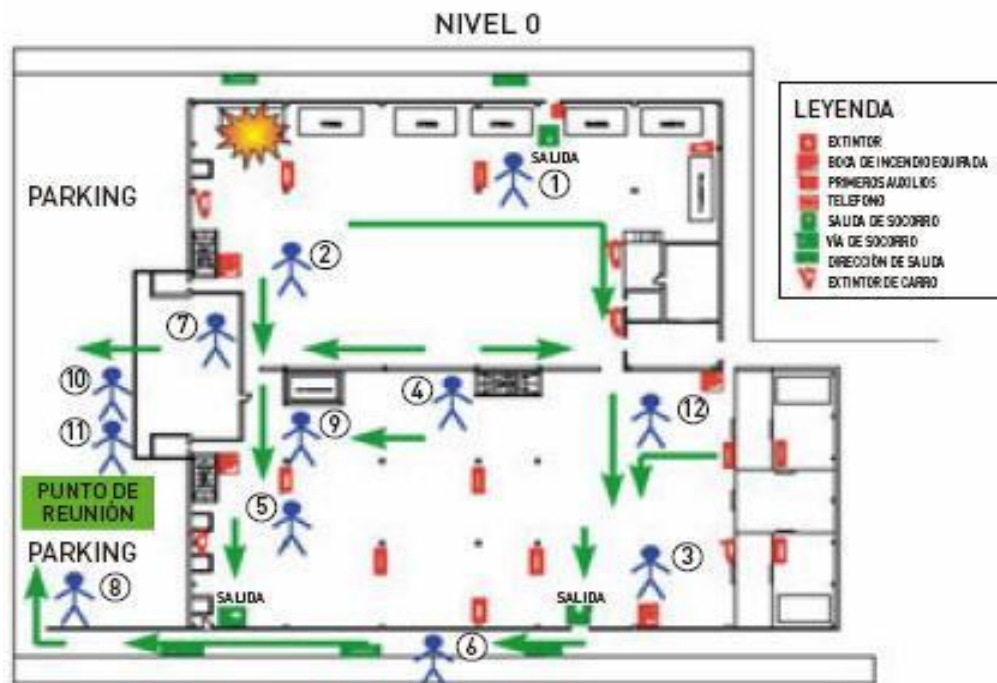
La información para los trabajadores, a colocar en el "Cuadro de Aviso" de la empresa. Se basa en que "es conveniente que la información al personal en el primer simulacro sea total, incluso indicando día y hora. En función de los resultados se disminuirá aquella gradualmente, hasta llegar a realizarlos sin previo aviso, con lo que conseguirá que las actuaciones se desarrollen casi de manera automática. Por último será necesario contemplar la posibilidad de emergencia real durante el simulacro y disponer de los medios necesarios para su control" (Unión de Mutuas, 2002).⁶²

Esta información fue la siguiente:

- El aviso de simulacro que se colocó en el "Cuadro de Aviso" del Cuadro.
- Planos con las vías de evacuación y el punto de reunión, que se estableció en el aparcamiento, de acuerdo con la imagen 93

⁶² cf. <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, Consultado el: 29.09.2014

Imagen 93: Plano de Vías de Evacuación y Punto de Reunión



Fuente: <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, **Consultado el: 28.09.2014**

En cuanto a las reglas para el desarrollo del ejercicio no se consideró necesario dar un nombre clave al simulacro y las condiciones de inicio y fin fueron:

- Inicio: el día y hora acordados fueron las 12.30 horas del jueves, 27 de enero de 2005
- Fin: se estimó una duración de una hora y media, salvo que por causa justificada se decidiera interrumpir el ejercicio, por accidente, falta de participación u otras causas. En este caso se avisaría: "Ejercicio interrumpido".

6.4. Provisión de seguros

Sustituir sustancias peligrosas por otras con las mismas propiedades, pero que generen menos peligro a las personas:

- Tener las Hojas de Datos de Seguridad de las sustancias peligrosas.
- Mantener los recipientes bien cerrados, bien almacenados, etiquetados y en lugares ventilados.

- Utilizar los elementos de protección personal adecuados al tipo de producto a manipular
- Renovación periódica de aire en el ambiente de trabajo (ventilación y extracción forzada o natural).
- Mantener bajo control toda fuente de calor o de combustible.
- Mantener el orden y el aseo en todos los lugares de trabajo.
- La instalación eléctrica debe cumplir con la normativa vigente de servicios eléctricos, en el diseño, instalación, mantención y uso.
- Los materiales combustibles o inflamables deben mantenerse lejos de los procesos que signifiquen altas temperaturas (almacenados en locales apartes y bien ventilados).
- Establecer prohibición de encender fuegos y de fumar en zonas de alto riesgo de incendio.
- Evitar labores que generen electricidad estática (roce con partes metálicas, etc.); de no poder evitarse, se deberá conectar a tierra los equipos involucrados.

Limpieza de líquidos, polvo o residuos u otros elementos que puedan caer al suelo:

- Eliminar del suelo suciedades y obstáculos con los que se pueda tropezar.
- Mayor eficacia en la limpieza (orden y aseo frecuente).
- Calzado adherente.⁶³

Retomando el ejemplo de la mueblería PYME este es un cuadro de aviso de simulacro. Hecha por la misma empresa.

⁶³ cf. <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, Consultado el: 29.09.2014

Imagen 94: Simulacro de Emergencia

Tema: SIMULACRO DE EMERGENCIA

A todos los trabajadores:

Comunicamos a todos los trabajadores que el jueves, 27 de enero del 2005, a las 12:30 hs. vamos a proceder a la evacuación de la fábrica por un simulacro de emergencia. Es muy importante la participación de todos y el cumplimiento de los puntos abajo indicados:

- Mantener el orden y atender las indicaciones del Equipo de Alarma y Evacuación.
- Salir ordenadamente y sin correr, respetando las órdenes que le den los miembros del Equipo de Alarma y Evacuación.
- No se rezagará a recoger objetos personales al ir a la zona de evacuación asignada.
- No actuar por su propia cuenta, desobedeciendo las órdenes del Equipo de Alarma y Evacuación.
- En caso de observar heridos comunicar su existencia a uno de los miembros de los equipos.
- En ningún caso se parará a hacer los primeros auxilios durante la evacuación.
- El punto de reunión se establece en el aparcamiento (parking), situado a la entrada del edificio en la zona del Muelle de salidas de mercancías. Es el lugar al que deben acudir todas las personas de la empresa, cuando el Jefe de Emergencia decida la evacuación de la misma.

Contamos con su colaboración para el éxito del simulacro
Área de Prevención.

Fuente: <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, **Consultado el: 29.09.2014**

- Para el éxito del simulacro es fundamental desarrollar un plan de formación para todos los trabajadores de la empresa, que sirva para concienciarlos de la importancia del ejercicio y para que no se perciba como un mero trámite burocrático.
- La mejora de la comunicación, dentro y fuera de la organización, se plantea como una herramienta imprescindible, y no sólo complementaria, para lograr una mayor eficacia de las medidas implantadas.
- La filosofía de la seguridad y la protección de los trabajadores debe ser no sólo integrada, en la medida en que involucra a empresarios y trabajadores, sino también participativa.
- Es indudable la importancia del procedimiento sistemático de preparación, ejecución y valoración para la realización de un simulacro ya que en muchos casos no se sigue ninguna metodología para hacerlo. Este caso real muestra un ejemplo

de cómo aplicar un método que tiene como fin dar soporte a las pymes para la realización de ejercicios aplicados, de fácil interpretación e implantación.⁶⁴

Ejemplo de la narración de un simulacro de emergencia. **(Ver anexo 3)**

⁶⁴ cf. <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, Consultado el: 29.09.2014

7. (Nota: Los puntos correspondientes a este inciso sobre datos financieros, no fueron proporcionados por la empresa MUDIC).

8. Conclusiones

En conclusión pienso que el proyecto de plan de exportación sobre la mueblería MUDIC que he analizado durante este periodo, si es posible que pueda exportar su línea de muebles a Alemania con aceptación en dicho mercado, ya que en base a las investigaciones que realice, noté que Alemania es el país más poblado de la Unión Europea. Además de ocupar el primer lugar en la economía de este bloque y profundizando más de acuerdo al estudio sobre las importaciones que hace Alemania conforme a las fracciones arancelarias 940350 y 940360 que se refieren a muebles de dormitorio, y los demás muebles de madera entre otros, se observa que este mercado importa grandes cantidades de muebles de este tipo, por lo que analizando los precios de MUDIC con los precios del mercado Alemán he notado que los precios que ofrece la mueblería poblana son competitivos con los del mercado Alemán e incluso se le podrían subir aún más el precio para obtener una mejor ganancia sin dejar de ser competitivos.

Además otro punto a favor de la empresa MUDIC para interceptar este mercado, es que los gustos del mercado alemán sobre este tipo de muebles de madera de estilo antiguo son bien aceptados por los consumidores alemanes. Otro punto a favor para exportar hacia este mercado es que cuenta con la facilidad de exportar los muebles sin pagar ningún tipo de arancel ya que nuestro país alienta las exportaciones mexicanas y cuenta con un Tratado de Libre comercio con la Unión Europea (TLCUEM). Por otro lado para que MUDIC tenga un mayor éxito y aceptación en cuanto a calidad y que no tenga ninguna restricción para exportar el producto, se le recomienda cumplir con las normas y certificaciones avaladas por nuestro país y por Alemania ya mencionadas antes en el trabajo

Sin embargo, es necesario hacer algunas observaciones a la empresa MUDIC para que su Plan de exportación hacia Alemania tenga mayor éxito, son las siguientes: tener un conocimiento más exacto sobre el peso de cada uno de sus modelos de muebles para que al hacer la configuración de carga en el contenedor esta sea más exacta, eligiendo el tipo de transporte terrestre y contenedor más adecuado para el tipo de carga. Además de lograr una mejor distribución dentro del contenedor y cuidado de protección de los muebles. Otro aspecto de observación es el mantener su página web actualizada y con toda la información necesaria sobre sus muebles en el idioma español e inglés y mejor aún en alemán, por si algún contacto en el extranjero se interesa por los muebles. Y por

último tocar el aspecto de llevar correctamente sus proyecciones financieras para posteriormente calcular a detalle, si realmente la empresa MUDIC es viable para realizar exportaciones y si tiene la capacidad para satisfacer a este mercado.

**Fuente: Elaboración propia, Basado en la presente investigación de mercado,
elaborado: 20.10.2014**

Anexo 1 Entidades de inspección y certificación

BIVAC Internacional (Bureau Veritas de México, S.A. de C.V

Av. Ejército Nacional 418, 1er. Piso
Hegel
Lope de Vega
MEXICO DF, 11570
+52 55 5351 8000

Bureau Veritas Consumer Products Services Mexico, SA DE CV.
Circuito del Sol #3905-1,
Colonia, Nuevo, Amanecer
PUEBLA 72400
+ 52 222 266 0561
http://www.bureauveritas.com.mx/wps/wcm/connect/bv_commx/local

SGS de Mexico S.A de C.V.

Paseo de la Reforma Nro. 560
Col. Lomas de Chapultepec, Del. Miguel Hidalgo
Mexico DF, 11000
+52 (55) 5387 2100
+52 (55) 5387 2170
<http://www.sgs.mx/>

CENTRO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS

Blvd.Toluca No. 40-A Col.San Andrés Atoto
C.P 53500, Naucalpan de Juárez/
Edo. De México
+ 52 55 5358 7992
+ 52 55 5358 7872
<http://www.cncp.org.mx/index.aspx>

Anexo 2 Información de precios logísticos de AME INTERNACIONAL S.A DE C.V.

De acuerdo a su solicitud, presentamos a su consideración nuestras tarifas de exportación de mobiliario de la **Ciudad de PUEBLA, PUE.** a la **Ciudad de HAMBURGO, ALEMANIA.**

A través de nuestro servicio **DOMICILIO A PUERTO** por **VIA MARITIMA.** Hemos estimado el **VOLUMEN** de su envío en **26 metros cúbicos.**

Nuestras tarifas son como a continuación se describen:

Imagen 98: Tabla de tarifa de exportación de Puebla-Hamburgo Alemania.

REFERENCIA:	E 275	FECHA:	SEPTIEMBRE 4, 2014
ORIGEN:	PUEBLA PUE	DESTINO:	HAMBURGO
VIA DE EMBARQUE:	MARITIMO	TIPO:	PUERTA A PUERTO
VOLUMEN (M3):	26	PESO (LIBRAS):	5720
EMBALAJE FINAL:	1 X 20	CLASE:	EXCLUSIVO

Nuestras tarifas son como a continuación se describen:

Servicios completos Puerta a Puerta (USD):	\$ 6,103.00
--	-------------

Fuente: Precios de exportación AME INTERNACIONAL S.A DE C.V., Recibido el: 28/09/2014

Servicio de embalaje del total del mobiliario, incluyendo consolidación de contenedor y bloqueo de mobiliario al interior del mismo:	USD\$ 2,076.00
--	----------------

Servicio de traslado terrestre de contenedor en ruta PUEBLA – VERACRUZ	USD\$ 1,200.00
--	----------------

Servicio de despacho aduanal de exportación en Veracruz, incluyendo maniobras en Puerto	USD\$ 1,127.00
---	----------------

Flete marítimo internacional para contenedor de 20 pies en ruta VERACRUZ – HAMBURGO, ALEMANIA	USD\$ 1,700.00
---	----------------

Nota: (Precios dados en Dólares)

Desglose del Servicio de embalaje del total del mobiliario, incluyendo consolidación de contenedor y bloqueo de mobiliario al interior del mismo:

a) Embalaje de cartón corrugado, papel kraft y aire sellado en partes frágiles: 800.00 x m3 sobre 26 m3	\$20,800.00
b) Carga de mercancía a contenedor final de transporte:	\$1,500.00
c) Bloqueo y fijación de carga al interior del contenedor	\$1,226.00
d) Traslado de personal y materiales a Puebla, incluyendo viáticos del personal	\$4,500.00

Nota: (Precios dados en Pesos)

Anexo 3 Narración de un simulacro de emergencia

Ejemplo de la narración de un simulacro de emergencia:

- La narración que, en este caso, fue la siguiente: "Son las 12.30 de la mañana del jueves 27 de enero y en una zona de la nave de la EMPRESA, que desarrolla su actividad principal como empresa de fabricación de muebles de madera y cuenta con unas instalaciones de superficie útil aproximada de 6.000 metros cuadrado divididas en dos plantas y con una plantilla total de 71 trabajadores, se detecta un posible incendio que se comunica al Jefe del Intervención. Este determina que se trata de un conato de incendio incontrolable y avisa al Jefe de Emergencia, quien decide la evacuación".

Los datos del ejercicio considerados fueron únicamente:

- Los planos de las dos plantas del edificio con las personas asignadas a cada puesto durante la evacuación y el punto de reunión
- Los datos meteorológicos, puesto que la fecha del simulacro coincidió con una ola de frío polar.

La agenda con las acciones a realizar y los responsables correspondientes fueron:

- El funcionamiento de las alarmas y su responsable fue el Jefe de Compras.
- La coordinación y el control por parte de los equipos de emergencia y su responsable fue el Coordinador del Servicio de prevención externo.
- El recuento de los trabajadores en el punto de reunión del que fueron responsables el Coordinador y el Jefe de Producción.
- Respecto a la atención a los heridos se consideró que no procedía la actuación del equipo de primeros auxilios.
- Respecto a la gestión de recursos como extintores, mangueras, etc. se consideró que no procedía el uso de dichos recursos.
- Para las comunicaciones internas y externas se designó un Responsable de Comunicación cuya función era la de informar de la realización del simulacro a los trabajadores de la oficina y a los Directivos a través de la Intranet de la empresa, comunicarlo a la Central de Alarmas, a la Guardia Civil y a Bomberos e informar a cualquier persona que llamara o llegase a la empresa durante la realización del simulacro.

- Respecto al cierre de actividades y el cierre de locales, si procedía, fueron responsables el Coordinador y el Jefe de Emergencia.⁶⁵

Fase de Ejecución

En la Fase de Ejecución se realiza la práctica del simulacro y se desarrolla según las etapas de la imagen 95.

Imagen 95: Fase de Ejecución de Simulacro

Inicio	Se presentan a los participantes los elementos propósito, objetivos, participantes y condición de inicio, determinados en la Fase de Preparación.
Desarrollo del escenario	Se explican las Reglas del ejercicio y las características del escenario acordado. Se hace sonar la alarma y se realiza el ejercicio.
Conclusión	Se da por finalizado el ejercicio.

Fuente: <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, **Consultado el: 28.09.2014**

Para la ejecución del simulacro, esta fase tuvo la secuencia temporal siguiente:

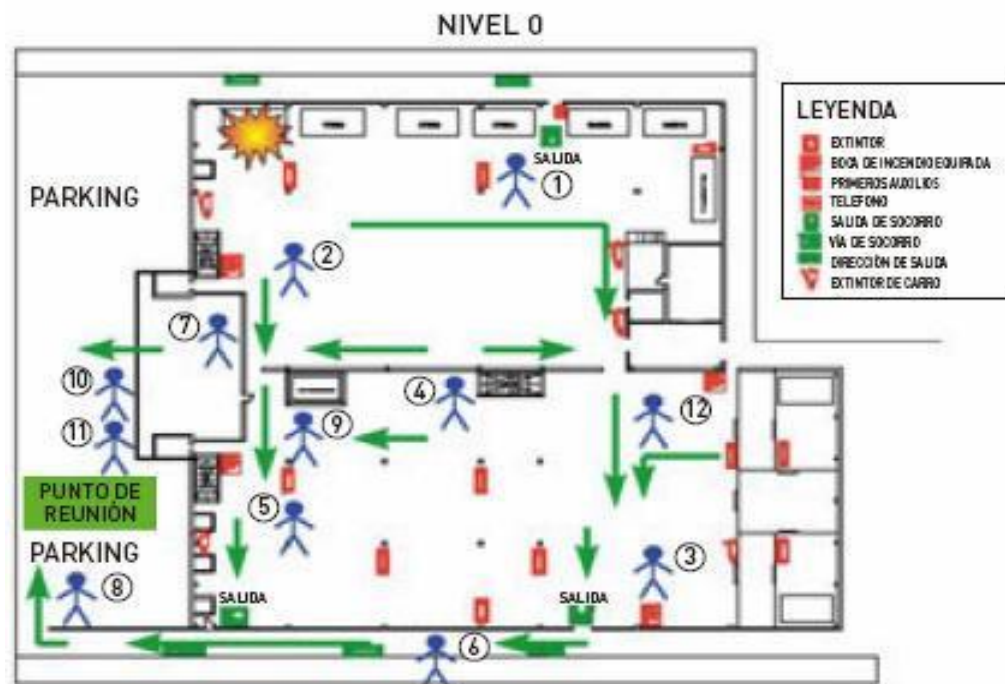
- 12:15. Inicio. Reunión y últimas consignas.
- 12:30. Desarrollo. Comienzo: Suena la alarma.
- 12:40-12:45. Conclusión. Terminación del simulacro y recuento.
- 12:45-13:00. Evaluación post-simulacro.
- 12:15. Inicio. Reunión y últimas consignas

El equipo de organización formado por el Jefe de Emergencia, el Jefe de Intervención (que era el Jefe de Compras), el responsable del Servicio de Prevención, el Coordinador, el observador, el jefe de Producción y el responsable de Comunicación, se reunieron y acordaron las "últimas consignas":

⁶⁵ <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, Consultado el: 29.09.2014

- Entrega de los planos personalizados para los jefes de los equipos en los que figuran las personas que han de ir a los lugares indicados.
 - El Jefe de Emergencia ha de ir a la zona de despachos para supervisar su salida y cuando no quede nadie, debe acudir al punto de reunión.
 - El observador se situará en la zona entre naves.
 - El responsable del Servicio de Prevención se dirigirá al punto de reunión, con el Jefe de Producción, para el recuento de los trabajadores.
 - El Jefe de compras hará sonar la alarma a las 12:30 horas y luego saldrá de la nave para ir hacia el punto de reunión. Se le informa del teléfono del técnico de la alarma, por si surge algún problema técnico en su conexión y desconexión.
- 12.30. Desarrollo. Comienzo: Suena la alarma
- El Jefe de Compras hizo sonar la alarma y se inició el simulacro de acuerdo con la narración descrita en el escenario. Las 12 personas designadas se dirigieron a sus puestos determinados en el recinto, repartidas de la forma que se indica a continuación y con los números con los que se identifican en la imagen 2.
- 5 personas se situaron en las puertas, dirigiendo la salida y contando las personas que salían (1, 2, 3, 5 y 12).
 - 1 persona se situó en el pasillo lateral derecho de la nave (6).
 - 1 persona se situó en el interior cerca de la escalera (4).
 - 1 persona se situó en el interior entre las naves (9).
 - 1 persona se situó en los despachos (7).
 - 2 personas se situaron en la planta superior de la nave, para bajar en cuanto salieran todos (10 y 11).
 - 1 persona se situó en el punto de reunión, para ayudar al Responsable del Servicio de Prevención (8).

Imagen 96. Plano de Vías de Evacuación y Punto de Reunión



Fuente: <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, **Consultado el: 29.09.2014**

Todos ellos debían comprobar que se realizaba correctamente la evacuación, impedir el retorno y salir en cuanto los recintos se quedaran vacíos.

Tal como se acordó en la Agenda (conclusión número 7 de la Reunión de Preparación): "respecto a la atención a los heridos se consideró que no procedía la actuación del equipo de primeros auxilios". Se vio que, efectivamente, no había heridos y no era necesaria la actuación del Equipo de Primeros Auxilios, por lo que el Jefe de Emergencia les indicó que se dirigieran al Punto de Reunión.

En previsión de que al escuchar la alarma acudiera alguna persona o se recibiera una llamada de la Policía o la Guardia Civil, el Responsable de Comunicación era designado para hacer de interlocutor, así como para atender a cualquier otra persona que llegara a la empresa en el momento del simulacro. Se encargó de las comunicaciones que hay que hacer con antelación: avisar a las personas de los despachos, a los equipos externos de respuesta a la emergencia y a la central de alarmas, y también de llamar a ésta al terminar el simulacro.

- 12.40-12.45. Conclusión. Terminación del simulacro y recuento.

Las personas asignadas al punto de reunión, que fueron el Coordinador y el Jefe de Producción, hicieron el recuento de las personas evacuadas y se comprobó que habían salido todos. El Jefe de Compras desconectó la alarma, concluyendo así el simulacro.

Fase de Valoración

En esta fase se analiza todo lo sucedido en las anteriores y consta de 3 etapas, según la imagen 97.

Imagen 97: Fase de Evaluación

Evaluación	Se analizan los resultados de la Fase de Ejecución.
Conclusiones	Se obtienen las conclusiones.
Envío de Información (Feedback)	Se comunica a todos los implicados los resultados y conclusiones obtenidas, para que tomen las decisiones oportunas, según el propósito del ejercicio.

Fuente: <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, **Consultado el: 29.09.2014**

La evaluación se inició entre las 12:45 y las 13:00 horas con la evaluación post-simulacro. Al dar por finalizado el simulacro, se avisó a todos los participantes para que volvieran a sus puestos, excepto los jefes de los equipos de emergencia que se quedaron reunidos para la Fase de Valoración, tal como se había acordado en la Fase de Preparación. En este momento se les pidió que dieran las primeras impresiones o algún comentario que les pareciera especialmente importante.

Los miembros de los equipos hicieron una relación de las acciones realizadas, anotando los recursos utilizados, si procedía y haciendo referencia a los documentos del plan de emergencia considerados, así como los incidentes o anomalías dignas de mención.

Tomando como punto de partida las impresiones y comentarios anteriores, se reunieron el Responsable del Servicio de Prevención de la empresa y el Coordinador, para

analizar los resultados y comentar los aspectos positivos, los fallos detectados y la constatación de que la herramienta teórica de diseño y realización del simulacro, descrita anteriormente, había sido válida.

El objetivo era redactar el documento Informe Final del Simulacro y presentarlo para su firma al Jefe de Emergencia, al Jefe de Producción, al Coordinador del Simulacro y al Delegado de Prevención de la empresa. Los temas tratados en esta reunión fueron:

- A. Respecto a las funciones y procedimientos a valorar, enumerados en el punto 1 de las conclusiones de la Reunión de Preparación:
 - Todas las personas han escuchado e interpretado claramente la señal de alarma.
 - Los equipos han dirigido a las personas hacia la salida.
 - Se ha mejorado el tiempo de evacuación previsto.
 - En el recuento se ha constatado que todas las personas han salido ilesas.
 - Son adecuadas la señalización de emergencia y las vías de evacuación.
 - Se han identificado ciertas situaciones críticas y otras que no habían sido tenidas en cuenta en el plan de emergencia, que se describen a continuación.

- B. A partir de esta fecha, hay que comunicar a los técnicos responsables del mantenimiento de la alarma, que avisen y señalicen la posible activación de la misma, evitando falsas alarmas.

- C. Los trabajadores y el Técnico de Prevención han comentado, respecto a la puerta de salida lateral izquierda de la nave que en el momento del simulacro no podía ser utilizada, la necesidad de que permanezca abierta durante la jornada laboral para permitir una posible evacuación, en caso de que el incendio obligara a evacuar desde esta parte de la nave.

- D. Se ha valorado positivamente la rápida evacuación de todo el personal en un tiempo de 3 minutos, muy por debajo del establecido previamente en 10 minutos, sin tener que lamentar ningún incidente, ni caídas, ni aglomeraciones.

- E. Los buenos resultados obtenidos en este simulacro han sido una respuesta a la buena disponibilidad y cooperación de los trabajadores implicados, a los equipos de emergencia, a la dirección de la empresa, al técnico de Prevención y al Coordinador del simulacro.
- F. Se ha valorado mucho la utilidad de la documentación empleada, especialmente:
- El esquema gráfico de las fases del simulacro.
 - La información para los trabajadores colocada en el "Cuadro de Aviso".
 - Los planos con las vías de evacuación y el punto de reunión.
 - La relación de los "Miembros de los equipos de emergencia" que actúan en la evacuación.
 - Las funciones del Responsable de Comunicación.⁶⁶

⁶⁶ <http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, Consultado el: 29.09.2014

Bibliografía utilizada

Índice del internet:

<http://www.economia-noms.gob.mx/noms/inicio.do>, Consultado el: 03.08.2014

http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/furniture/single-market/index_en.htm, Consultado el: 29.09.2012

<http://www.dgm-moebel.de/>, Consultado el: 29.09.2012

<http://www.iug-umwelt-gesundheit.de/graph/allergiker-geeignet.jpg>, Consultado el 28.09.2012

<http://www.economia-snci.gob.mx/siavi4/fraccion.php>, Consultado el: 17.09.2012

<http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/102/1/images/Alemania.pdf>, Consultado el: 01.10.2012

<https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/alemania/politica-y-economia> Consultado el: 27.07.2014

http://www.alemaniaenred.com/content/guia_paises/alemania/datos-generales/16, Consultado el: 01.10.2012

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>, Consultado el: 29.07.2014

<http://www.europanel.org>, Consultado el: 01.10.2012

<http://www.trademap.org/CorrespondingProductsCompanies.aspx>, Consultado el: 01.08.2014

<http://www.trademap.org/>, <https://www.destatis.de/> consultado el: 04.08.2014

<http://www.banxico.org.mx/sistema-financiero/servicios/calculadoras-de-tipos-de-cambio-y-divisas/calculadoras-tipos-cambio-div.html>, Consultado el: 04.08.2014

<http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria>, Consultado el: 10.08.2014

http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/Ficha_Alemania.pdf, Consultado el: 14.08.2014

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/283615/umfrage/konsumausgaben-in-deutschland-fuer-moebel/> Consultado el: 18.08.2014

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/6289/umfrage/umsatz-im-moebelhandel-in-deutschland/>, Consultado el: 18.08.2014

<http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/4722934.html?>, Consultado el: 21.08.2014

https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/alemania/llegar-al-consumidor?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=35&memoriser_choix=memoriser, Consultado el: 23.08.2014

<http://www.cesifo-group.de/de/ifoHome.html>, Consultado el: 23.08.2014

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/174717/umfrage/bevorzugung-von-schlichten-und-einfachen-moebeln/>, Consultado el: 24.08.2014

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/174717/umfrage/bevorzugung-von-schlichten-und-einfachen-moebeln/>, Consultado el: 24.08.2014

<http://www.nielsen.com/de/de.html>, Consultado el: 24.08.2014

http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5518974_5536731_0_0_-1,00.html, Consultado el: 24.08.2014

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/174717/umfrage/bevorzugung-von-schlichten-und-einfachen-moebeln/>, Consultado el: 24.08.2014

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/1650/umfrage/eigenschaften-die-moebel-zu-persoenlichen-klassikern-machen/>, Consultado el: 24.08.2014

http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5518974_5536731_0_0_-1,00.html, Consultado el: 24.08.2014

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/1642/umfrage/lieblingsmoebel/>, Consultado el: 24.08.2014

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/183769/umfrage/demographie-der-online-kaeuffer-von-moebeln-und-einrichtungsgegenstaenden/>, Consultado el : 28.08.2014

<http://www.audena.de/betten/eiche-rustikal>, Consultado el: 29.08.2014

<http://www.audena.de/betten/eiche-rustikal>, Consultado el: 29.08.2014

<http://kleinanzeigen-tipps.kalaydo.de/kunst-und-antiquitaeten/kunst-und-antiquitaeten-bauernmoebel.html>, Consultado el: 29.08.2014

<http://www.kalaydo.de/kleinanzeigen/1/antiquitaeten-kunst/antike-schraenke-vitrinen/>, Consultado el: 29.08.2014

http://www.quoka.de/haushalt-moebel/stilmobel-bauernmoebel/muenchen/cat_09_1183_ct_123976.html, Consultado el: 29.08.2014

http://cbi.eu/?pag=85&doc=7209&typ=mid_document, Consultado el: 30.08.2014

<http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/>, Consultado el: 04.10.2012

<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/ComoDeterminarElPrecioDeExportacion.pdf>, Consultado el: 11.09.2014

<http://www.ame.com.mx/Logistica.htm>, Consultado el: 11.09.2014

<http://cbi.eu/marketinfo/cbi/?market=0&action=findDocuments&product=19&search=Go>, Consultado el: 11.09.2014

<http://www.pro-e.org/>, Consultado el: 11.09.2014

<http://cbi.eu/marketinfo/cbi/?market=0&action=findDocuments&product=19&search=Go>, Consultado el: 11.09.2014

http://www.udalsarea21.net/documentos/eventos/388-04_aidima_ecoetiquetado_mueble_ihobe.pdf Consultado el: 12.09.2014

http://europa.eu/legislation_summaries/environment/index_es.htm, Consultado el: 12.09.2014

<http://cbi.eu/marketinfo/cbi/?market=0&action=findDocuments&product=19&search=Go>, Consultado el: 10.10.2012

<http://www.nferias.com/alemania/sectors-all/>, <http://www.auma.de/>, Consultado: 16/10/2014

<http://cbi.eu/marketinfo/cbi/?market=0&action=findDocuments&product=19&search=Go>, Consultado el: 16.10.2014

http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Interactivos/contratos_de_compraventa_internacional_de_mercaderias/Espanol.pdf, Consultado el: 07.10.2012

<http://www.intertransit.com/esp/descargas/TIPOS%20CONTENEDORES%20MARITIMOS.pdf>, Consultado el: 14.09.2014

www.revista-mm.com/ediciones/rev70/maquinaria_empaques.pdf, consultado: 20/09/014

<http://es.slideshare.net/sudatec/distribucion-y-canal-de-distribucion>, Consultado el: 24.09.2014

<http://www.imm-cologne.com/en/imm/home/index.php>, Consultado el: 26.11.2012

http://www.imm-cologne.com/media/imm/downloads_25/pdf_26/anmeldeunterlagen_13/engl/application_documents_complete.pdf, Consultado el: 20.10.2014

<http://riesgoslaborales.wke.es/articulos/el-simulacro-en-una-pyme-del-sector-del-mueble-justificaci%C3%B3n-y-objetivo>, Consultado el: 28.09.2014

Índice de libros:

Grotenhoff, Maria und Stylianakis, Anna: Website-Konzeption: Von der Idee zum Storyboard, Bonn, Galileo Press, (2002)

Índice de otras fuentes:

Entrevista con Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Entrevistado el: 14.09.2012

Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 05.09.2012

Mail de Muebles y Diseños de Colección S.A. de C.V., Recibido el: 07.09.2012

Precios de exportación AME INTERNACIONAL S.A DE C.V., Recibido el: 28/09/2014