



**Universidad Popular Autónoma
del Estado de Puebla**

Facultad de Comercio Internacional

PROYECTO DE EXPORTACIÓN

**“De Camisas para Caballero a San Francisco,
California, USA, bajo el marco
del TLCAN”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN
COMERCIO INTERNACIONAL**

PRESENTA:

ARTURO DORANTES Y DORANTES

PUEBLA, PUE.

2004



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

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

Biblioteca Central - **Karol Wojtyła**

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.

Puebla, Puebla a 5 de Julio del 2004

Mtro. José Francisco Villarreal Reyna
Dirección del Departamento de Ciencias Económicas
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

Estimado Maestro Villarreal

Por medio de la presente, me permito hacer de su conocimiento que con esta fecha se da por liberado el trabajo recepcional con el título “Exportación de Camisas para caballero a San Francisco, California, USA, bajo el marco del TLCAN”, misma que presenta el alumno Arturo Dorantes y Dorantes, con número de matrícula 820138, egresado de la carrera de Comercio Internacional en esta H. Universidad; para su examen profesional que tendrá verificativo en el presente año, con el objeto de obtener el título de Licenciado en Comercio Internacional.

Agradeciendo de antemano la atención que se sirva prestar a la presente, me reitero a sus órdenes para cualquier aclaración y le anticipo mi más alta consideración y respeto.

ATENTAMENTE

Juan Carlos Botello Osorio
Centro de Estudios de la Unión
Europea (UPAEP)

AGRADECIMIENTOS

A los Maestros y Directivos de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP) de quienes aprendí todo acerca de mi carrera y desarrollo como profesionalista, mi agradecimiento más sincero, ya que me han hecho ver que el trabajo y el estudio constante son las llaves que abren al camino para una vida de éxitos.

Al Centro Escolar José María Morelos y Pavón (CEM), mi más profundo agradecimiento a la Institución, ya que fue la base de mi formación académica, y a través de su lema “Fuerza, Juventud y Gloria”, encuentro la fuente de inspiración y fuerza para poder perseverar en mis afanes.

Al Lic Juan Carlos Botello Osorio, quien fue mi asesor en la realización de este proyecto. Gracias por su atinada crítica y paciencia para hacerle los cambios necesarios al mismo.

Al Mtro. Marcos Gutiérrez Barrón, gracias por su tiempo y asesoría en el desarrollo de la sección financiera del presente proyecto.

Al Mtro. Abraham Arellano, gracias por sus explicaciones y conocimientos que me brindó para poder elaborar este trabajo recepcional.

A la Mtra. Judith Cavazos Arroyo, gracias por su valiosa ayuda en la realización de este proyecto.

DEDICATORIAS

A Dios, gracias por darme la fuerza y aliento para poder sobreponerme a los muchos contratiempos de la vida y poder así seguir tu senda de luz y amor, y sobre todo te agradezco por haberme dado la familia que tengo.

A mi Padre Arturo Dorantes Bueno, gracias por ser mi ejemplo y modelo a seguir, pero sobre todo te agradezco tus atinados consejos que me has brindado a lo largo de mi vida, los cuales han contribuido en mi formación profesional.

A mi Madre Rosalina Dorantes Gómez, gracias por el apoyo y amor incondicional del que me haces merecedor, ya que son la fuente de inspiración y fuerza para seguir adelante y nunca darme por vencido ante los retos que me depara la vida.

A mi hermana Gaby y a mis hermanos Oscar y Abraham, gracias por todo el cariño, apoyo y comprensión que me han brindado, pero sobre todo les agradezco todos aquellos momentos de felicidad que compartimos juntos.

A la Memoria de mis Abuelitos paternos Manuel Dorantes Chabacano y Elena Bueno de Dorantes, que en vida me dieron estímulo y confianza para poder emprender nuevos proyectos en mi vida personal y profesional.

A mis Abuelitos maternos Raúl Dorantes Méndez y Rosalía Gómez de Dorantes, a quienes les guardo un especial cariño.

A mis Tíos y Tías paternos y maternos, a quienes no menciono por temor a omitir a alguno, gracias por su estímulo y positiva actitud con relación a mi persona y mi proyecto.

A mis Primos y Primas tanto paternos como maternos, a quienes no menciono por la misma razón expresada arriba, gracias por ser parte de mi familia y de la cual estoy muy orgulloso de pertenecer.

A mis Amigos y Compañeros tanto de Preparatoria como de Universidad, muchas gracias por brindarme su amistad incondicional, ya que son una parte muy importante de mi vida, a todos y cada uno ustedes gracias por estar ahí cuando los he necesitado.

INDICE	Pagina
Planteamiento del Problema	2
Objetivo General	3
Objetivos Particulares	3
SECCIÓN I. CARPETA INFORMATIVA	4
SECCIÓN II. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	
1. Objetivo del Negocio	7
2. Historia del Negocio	7
A. Historia de las Operaciones de la Empresa	9
3. Organización Legal del Negocio	11
A. Organigrama	12
B. FODA	13
4. Estrategia Propuesta para Ingresar al Mercado Meta	14
A. Estrategia Financiera	14
B. Calendario de Eventos	16
5. Descripción del Producto	16
A. Clasificación Arancelaria	17
B. Ventajas Competitivas	17
C. Permisos Gubernamentales	18
D. Servicio Relacionado con el Producto	19
E. Protección del Producto	19
6. Desarrollo e Investigación del Producto	19
A. Producción	21
SECCIÓN III. ANÁLISIS DEL MERCADO	
1. Información General sobre Estados Unidos	24
A. Ficha Técnica	24
B. Indicadores Económicos	25
C. Principales Actividades Económicas	26
D. Principales Socios Comerciales de Estados Unidos	26
E. México: Balanza Comercial con Estados Unidos	27
F. Principales Productos Exportados a Estados Unidos	27
G. Nichos de Mercado	28
H. Productos Prioritarios por Sector en Norteamérica	29
2. Consideraciones Políticas y Legales	30
3. Consideraciones Culturales y Sociales	31
4. Tendencias que pueden afectar el mercado	33
5. Descripción del Mercado Meta	35
A. Nicho de Mercado	36
B. Estrategia de Mercado	37
C. Canales de Comercialización	37
D. Canales de Distribución	38

E. Regulaciones Gubernamentales	38
F. Protección de Marcas y Patentes	39
G. Producto y Mercado	39
H. Ciclo de Vida del Producto	40
6. La Competencia	42
7. Barreras para Ingresar al Mercado	48
A. Barreras Arancelarias	48
B. Barreras No Arancelarias	49
I. Normas de Etiquetado	49
a) Tallas	49
b) Normas ISO sobre Prendas de Vestir	50
II. Normas Técnicas	51
a) Normas de Seguridad	51
1) Regulaciones de Inflamabilidad	51
2) Compromiso de los Importadores	52
3) Clasificación materiales por su inflamabilidad	52
4) Métodos de Prueba	53
5) Instrumentos de Prueba	54
b) Normas Ambientales	54
c) Regulaciones Sobre el Cuidado de las Prendas	54
1) Lavado en Agua	56
2) Blanqueado	57
3) Secado	57
4) Planchado	57
5) Limpieza en Seco	58
C. Eliminación de Barreras	59
SECCIÓN IV. OPERACIONES	
1. Consideraciones Internacionales	60
A. Actividades de Desarrollo del Mercado	60
B. Transporte	61
C. Documentación de Exportación	62
I. Tramites de Exportación	62
II. Documentos de Exportación	62
III. Tramites de Importación	63
D. Contactos y Relaciones Personales en el Extranjero	63
2. Estrategia de Comercialización	63
A. Empaque	63
B. Embalaje	64
I. Marcado del Embalaje	64
II. Paletización	65
III. Contenerización	66
C. Proceso Logístico	66
D. Precio	68
E. Promoción	72
F. Distribución	72
3. Determinación del Valor de Contenido Regional del Producto	73

A. Asignación del Producto	73
B. Definición	74
C. Origen	74
D. Composición del Producto	74
E. Clasificación Arancelaria del Producto	75
F. Selección del Mercado de Exportación	75
G. Principales. Productos Importados en Norteamérica	76
H. Selección de la Regla de Origen	76
I. Código de Desgravación	77
J. Valoración de Materiales	77
K. Valoración Por De Minimis	78
L. Valor de Contenido Regional	78
M. Rastreo de Materiales	78
4. Consideraciones Sobre el Producto	79
A. Producción	79
B. Localización	79
I. Indicadores Básicos del Estado de Puebla	79
II. Producto Interno Bruto	80
a) PIB Estatal	80
b) Sectores	80
c) Ramas	80
III. Tasa de Desempleo	80
IV. Inflación	81
V. Balanza Comercial	81
VI. Exportaciones	82
VII. Inversión Extranjera Directa	82
VIII. Demografía	82
5. Personal	83
6. Servicio a Clientes	83
SECCIÓN V. PROYECCIONES FINANCIERAS	
1. Información Financiera Histórica	84
2. Proyecciones de Ventas para Cinco Años	86
3. Proyecciones Financieras	87
A. Proyecciones Financieras del Primer Año por Mes	87
B. Proyecciones Financieras del Segundo Año por Trimestre	90
C. Proyecciones Financieras del Tercer Año por Trimestre	93
D. Proyecciones Financieras del Cuarto Año por Trimestre	96
E. Proyecciones Financieras del Quinto Año por Trimestre	99
F. Proyecciones Financieras de los Cinco Años	102
G. Tabla de Depreciación del Activo Fijo	104
4. Análisis de las Razones Financieras	105
A. Valor Presente Neto	105
B. Tasa Interna de Retorno	105
C. Periodo de Recuperación de la Inversión	106
D. Punto de Equilibrio	106

CONCLUSIÓN	107
RECOMENDACIONES	108
BIBLIOGRAFÍA	109
GRAFICAS	
Gráfica 1. EUA. Importaciones Productos Textiles y de la Confección	43
Gráfica 2. EUA. Importaciones Textil/Confección Variación Anual	43
Gráfica 3. EUA. Estructura Importaciones Prod. Textiles/Confección	44
Gráfica 4. EUA. Importaciones Totales Productos Textiles/Confección	44
Gráfica 5. EUA. Importaciones Totales Prendas Confeccionadas	45
Gráfica 6. China. Exportaciones Productos Textiles y Confección	45
FIGURAS	
Figura 1. Organigrama de la Empresa	12
Figura 2. Flujo Grama de la Empresa	22
Figura 3. Mapa del Área de Producción	23
Figura 4. Ciclo de Vida del Producto	41
Figura 5. Etiqueta de Cuidado de la Prenda	59
Figura 6. Marcado del Embalaje	64
Figura 7. Canales de Distribución	73
TABLAS	
Tabla 1. Valores de Calificación	13
Tabla 2. Fortalezas y Debilidades de la Empresa	13
Tabla 3. Oportunidades y Amenazas de la Empresa	14
Tabla 4. Calendario de Eventos, Año 2005	16
Tabla 5. Ficha Técnica de Estados Unidos	24
Tabla 6. Indicadores Económicos	25
Tabla 7. Socios Comerciales de Estados Unidos	26
Tabla 8. Balanza Comercial de México con Estados Unidos	27
Tabla 9. Principales Productos Exportados a Estados Unidos	27
Tabla 10. Nichos de Mercado en Estados Unidos	28
Tabla 11. Productos Prioritarios por Sector en Norteamérica	29
Tabla 12. Exportaciones de México a Estados Unidos	31
Tabla 13. Comercio Exterior Puertos de California	35
Tabla 14. Comercio Exterior Puerto de San Francisco	35
Tabla 15. Exportaciones e Importaciones Aéreas California	35
Tabla 16. Exportaciones e Importaciones Aéreas San Francisco	35
Tabla 17. Segmentación de San Francisco	36
Tabla 18. Segmento de Mercado	36
Tabla 19. Gustos del Consumidor	41
Tabla 20. Participación en el Mercado de Prendas	46
Tabla 21. Exportaciones de camisa de México a Estados Unidos	46
Tabla 22. Competidores Mexicanos	47
Tabla 23. Medidas ó Tallas de Camisas	50

Tabla 24. Costo de la Camisa	69
Tabla 25. Embalaje de Exportación	70
Tabla 26. Pricing	71
Tabla 27. Clasificación Arancelaria de los Insumos	75
Tabla 28. Prendas de Vestir Importadas por Estados Unidos	76
Tabla 29. Valoración de los Materiales	77
Tabla 30. PIB Estatal	80
Tabla 31. Sectores	80
Tabla 32. Ramas	80
Tabla 33. Balanza Comercial del Estado de Puebla	81
Tabla 34. Exportaciones Poblanas	82

ANEXOS

Manifestación por Escrito del Origen Nacional ó Regional de la Tela	1
Certificado de Origen	2
Permiso de Exportación	3
Manifestación de Valor	4
Pedimento de Exportación	5
Asignación de Cupo	6
Visa de Exportación	7
Certificado de Elegibilidad	8
Carta de Crédito	9
NOM-004-SCFI-1994	10



Nombre del Proyecto

Exportación de Camisas para caballero a San Francisco, California, USA, bajo el marco del TLCAN.

Planteamiento del Problema

En estos días, cada vez es más común escuchar sobre la globalización de la economía mundial y que México no permanece ajeno a esta tendencia global.

Por tal motivo, las economías de todo el mundo son mas interdependientes unas con otras, es decir, lo que pasa en cualquier lugar del mundo afecta al resto de las economías del planeta. Y como consecuencia ninguna economía puede ser totalmente autosuficiente.

Por lo tanto, es de vital importancia que las empresas mexicanas estén al tanto de todos los acontecimientos que suceden alrededor de la industria y el comercio mundial. Además que estén preparados para implementar nuevos cambios en cuanto a tecnología, procesos de producción y proyectos de exportación se refiere; con el propósito de hacer frente a la competencia mundial. Ya que de no hacer esto, se corre el riesgo de perder la oportunidad de éxito y salir del mercado.

Debido a esto, la empresa “Confecciones Dorantes” al tanto de cada uno de estos eventos; busca la forma de poder incrementar su campo de trabajo y a la vez obtener mayores utilidades.

En estos momentos esta enfocada en abrirse paso dentro de un importante mercado tal como lo es, el país de los Estados Unidos de Norteamérica bajo el marco de acción del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), este reto representa una gran oportunidad para la firma. Por lo que la realización de este proyecto tiene como finalidad el poder identificar las oportunidades que tiene el producto de la empresa en el mercado de San Francisco, California en Estados Unidos y además el de formar parte importante del programa de crecimiento de la empresa.

Objetivo General

Lograr que nuestro producto pueda ingresar al mercado norteamericano con todos los beneficios que otorga el Tratado de Libre Comercio que tiene México con Estados Unidos.

Objetivos Particulares

- Realizar un estudio sobre la empresa misma, el producto, sus posibles competidores y del mercado norteamericano, con el fin de determinar si es posible realizar la exportación de la camisa al mercado de U.S.A.
- Determinar cuales son las restricciones a las cuales se tiene que enfrentar nuestro producto, tanto arancelarias como no arancelarias, para poder entrar al mercado norteamericano.
- Realizar un análisis de las razones económicas, basadas en las proyecciones financieras; con la finalidad de poder determinar la rentabilidad del proyecto y además de poder continuar realizando operaciones comerciales en el mercado norteamericano.



Carpeta Informativa

SECCION I. CARPETA INFORMATIVA

La empresa Confecciones Dorantes, conocida como “CONDOR”, se fundó en 1986, como persona física con actividad empresarial, a nombre del Sr. Lic. Arturo Dorantes Bueno, cuyo capital social es totalmente mexicano. Cuenta actualmente con 8 empleados, por lo que se cataloga como una microempresa, del sector comercio, esto de acuerdo con la publicación de la Secretaría de Economía, en el Diario Oficial de la Federación, con fecha 30 de marzo de 1990, en el cual se establece la estratificación de empresas micro, pequeña y medianas.

La empresa CONDOR se encuentra dentro de la industria de la Confección. Su actividad es la fabricación y venta de camisas para caballero, las cuales abarcan las tallas 2 hasta la 42, es decir, para hombres, jóvenes y niños; además de contar con una gran variedad de telas, colores y diseños. Las telas son mayoritariamente hechas en algodón, aunque algunas de ellas, cuentan con pequeños porcentajes de poliéster u otras fibras sintéticas, las cuales permiten que la empresa pueda ofrecer a su clientela un amplio surtido.

El 100% de sus ingresos provienen de las ventas generadas al sector privado, a través de diversas cadenas de tiendas de ropa ó por medio de entregas directas a clientes que solicitan el producto por mayoreo para su posterior distribución. En este sentido, las cadenas de tiendas de ropa, ofrecen el producto al menudeo como al mayoreo principalmente. Las entregas directas normalmente se realizan con distribuidores que realizan consumos masivos del producto para su posterior venta.

La casi totalidad de las ventas son hechas a crédito y cuyos plazos llegan a vencer en un periodo de 8, 15, 20,30 y 45 días naturales, a partir de la fecha de entrega.

La empresa cuenta solamente con un taller, donde se realiza el corte de la tela y después se despacha a la maquiladora para el ensamblado del producto. También tiene

equipo de transporte, el cual se destina principalmente para la distribución y venta de la camisa.

La materia prima es producida en su gran mayoría en la región, es decir, en los países de Estados Unidos, Canadá y México, aunque también se importan telas de otros países, como los son Corea, Taiwán y China.

A raíz de la crisis de 1994-95, esto repercutió para que la empresa incurriera en un endeudamiento con sus proveedores, debido a una importante caída del mercado. Esta dura experiencia obligó a reorganizar la empresa para elevar la eficiencia al menor costo posible y considerar la posibilidad de adquirir nuevos créditos, esto con el propósito de recuperar el mercado perdido y además poder incrementarlo aún más. Por ello la visión y la misión de la empresa fueron revisadas.

La misión y visión de la empresa que se presentan a continuación corresponden a una realidad de negocio mucho más cambiante actualmente.

Visión: Ser la principal empresa poblana fabricante de camisa para caballero con el cumplimiento de los máximos estándares de calidad del producto, como del servicio de venta y con el firme compromiso de ofrecer productos que incorporen lo más reciente en diseños y moda, para mantener un alto nivel de satisfacción de los clientes.

Misión: La empresa Confecciones Dorantes “CONDOR”, esta comprometida a satisfacer las necesidades de los diferentes mercados que atiende, con una amplia gama de modelos para diferentes gustos y preferencias, a un precio justo y razonable, utilizando para ello, la más alta calidad en la materia prima; así mismo contamos con personal capacitado para la elaboración del producto, el cual cuenta con calidad de exportación. También contamos con personal capacitado en el área de ventas para comercializar dicho producto, lo que hace que desplazemos el 100% de nuestra producción y recuperemos oportunamente la inversión, para hacer frente a nuestros compromisos, con puntualidad.

La competencia interna como externa se ha intensificado desde la firma del Tratado de Libre Comercio, por lo que obliga a un mayor control sobre la productividad, la calidad en los servicios de los proveedores y de los insumos y de la entrega de los mismos a tiempo y con las especificaciones señaladas.

La alternativa de exportar se ha detectado recientemente a raíz de la búsqueda de nuevos mercados en el extranjero por parte del dueño de la empresa, por medio de representaciones de comercio exterior, tales como lo son Bancomext y la SEDECO, además del uso del sistema de búsqueda de clientes (EXPORTANET).



Descripción del Negocio

SECCIÓN II. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO



1. Objetivo del Negocio

La empresa “Confecciones Dorantes” fue concebida y creada con el objeto de participar activamente en el mercado nacional y contribuir a la generación de riqueza en el país, mediante la creación de fuentes de trabajo y generación de divisas.

2. Historia del Negocio

Esta empresa se constituyó en el año de 1986, en el municipio de San Martín Texmelucan, Puebla; la cual empezó sus operaciones comprando pequeñas cantidades de tela de diferentes tipos, texturas, diseños y colores, las cuales fueron sometidas al proceso de corte y maquila; para su posterior comercialización en el mercado local.

Entre los factores que llevaron al fundador a iniciar este negocio, fueron en primer lugar la de mejorar la economía familiar, y al mismo tiempo contribuir a satisfacer una de las primordiales necesidades que tenemos las personas, que es la de vestirnos, y decidió contribuir a satisfacer la demanda de camisa para caballero que existe en el mercado nacional; otro factor que influyó fue el de contribuir a la creación de empleos y ofrecer al consumidor una opción más en su necesidad de vestirse con prendas de buena calidad y al mejor precio posible.

Otro factor que sigue siendo motor de esta empresa, es el proporcionar al consumidor un producto que cubra las expectativas de diseño, estilo, color, moda y precio. Estos es uno de los principales objetivos de esta firma; por lo tanto la empresa debe mantenerse al tanto de los cambios y exigencias del mercado, debido a que la demanda así nos lo exige. Y toda vez que en este momento sé esta cubriendo la demanda de nuestra clientela, se ha decidido buscar nuevos mercados dentro del ámbito internacional, es decir, ofertar su producto a otro nivel de comercialización.

La empresa Confecciones Dorantes, lleva 17 años trabajando dentro del mercado nacional, y desde entonces ha permanecido en el gusto de sus clientes, por lo que podemos decir, que en los últimos años ha logrado mantenerse en el mercado nacional a pesar del gran número de competidores que existe hoy en día, además ha podido cumplir con la demanda de sus consumidores, por medio de un producto que cubre todas y cada una de las exigencias de su clientela. Cuenta actualmente con 8 empleados, por lo que se cataloga como una microempresa, del sector comercio, esto de acuerdo a la publicación de la Secretaría de Economía, en el Diario Oficial de la Federación, con fecha 30 de marzo de 1990, en el cual se establece la estratificación de empresas micro, pequeña y medianas.

Por el momento la empresa no cuenta con ninguna experiencia en el mercado internacional, ya que hasta la fecha no contaba con la información, ni con el financiamiento requerido para poder realizar alguna operación en el exterior del país; a pesar de que su producción actual cumple con los requerimientos necesarios para poder incursionar dentro de los mercados del extranjero, como por ejemplo, los países de Estados Unidos de Norteamérica y Canadá.

Además, el producto de esta empresa es totalmente producido en la región, es decir, que el bien es fabricado en su gran totalidad dentro del país, al igual que todas y cada una de las materias primas que se utilizan para su elaboración; y por lo que puede entrar a los países de Norteamérica con preferencias arancelarias, debido a que México cuenta con un Tratado de Libre Comercio (TLCAN ó NAFTA), con los países antes mencionados.

A. Historia de las operaciones de la empresa

En sus inicios, la empresa primero se enfocó en adquirir los conocimientos y la capacidad necesaria para la producción del bien, para así ser vendido en la entidad local.

Posteriormente una vez cubierta la demanda de la entidad local, la empresa buscó la forma de incrementar su oferta de producción y venta, por medio de la adquisición de préstamos bancarios y familiares. Esta inyección de dinero a la empresa se vio transformada en la compra de materia prima como lo es tela, etiqueta, botón; y equipo de producción y transporte, lo que la condujo a incursionar a nuevos mercados dentro de los estados de la república.

Uno de los periodos más difíciles que enfrentó la empresa, fue la crisis de 1995 en la que estuvo a punto de desaparecer, debido a que la mayoría de los clientes se vieron incapaces de poder seguir cubriendo sus compromisos con la empresa, lo que provocó que la misma cayera en un endeudamiento con sus proveedores y con diversos Bancos, los cuales le habían otorgado los préstamos para una mejora en su producción. Pero desde el invierno de 1997, la empresa se ha venido recuperando económicamente y además ha vuelto a recuperar su cartera de clientes, los cuales han respondido de manera favorable, lo que trajo consigo que la misma pudiera cumplir sus adeudos con los Bancos que le habían hecho los préstamos y con los compromisos que tenía con sus proveedores; como consecuencia de esto, la empresa en este momento se encuentra en un estado favorable para poder iniciar operaciones en el mercado extranjero.

Los mercados que atiende en este momento se encuentran dentro de territorio Mexicano, como lo son por ejemplo: la región del sureste, el cual comprende los estados del sur de Veracruz, Tabasco, Oaxaca y Chiapas; la región del noreste, que comprende los estados del norte y centro de Veracruz, Tamaulipas, San Luis Potosí, Querétaro, Hidalgo y Tlaxcala; y por último el estado de Guanajuato. Esta gran amplitud en sus mercados facilitó el reconocimiento de las diversas marcas que maneja la empresa en la actualidad, en los diferentes estados de la República.

Entre las marcas que tiene la empresa se encuentran:

- Cóndor
- Halcón
- Torbellino

En los últimos 6 años los estados financieros que presenta la empresa, han demostrado tener una tendencia positiva, es decir, que sus activos son superiores a sus pasivos, por lo cual le permite a la empresa poder incursionar en otros mercados. Pero esto no significa que cuente con el capital necesario para poder dirigirse al mercado de los Estados Unidos. Debido a esto, la empresa ha iniciado la búsqueda de un financiamiento por parte de una Institución Bancaria, con el propósito de permitirle hacerle frente a los compromisos que implica poder dirigirse a un mercado tan grande, competitivo e importante, como lo es Estados Unidos de América.

Los eventos que llevaron al empresario a considerar la necesidad de dirigirse al mercado internacional ha sido la capacidad de producción actual que tiene la empresa, así como la visión de seguir creciendo y el reconocimiento de la marca, el producto y/o la empresa en el ámbito nacional e internacional, además de que observamos que existe una demanda por el producto en las diversas regiones que integran el país de los Estados Unidos, como lo es el mercado de San Francisco, California.

Además, desde su inicio la empresa siempre se ha enfocado en adquirir materia prima de alta calidad, con el fin de proporcionarles a sus clientes un producto que cumpla con todas y cada una de sus expectativas y que además se encuentre por encima de los productos de la competencia.

Esto se ha logrado a través de la adquisición de telas que cubran con los niveles de calidad que requiere el producto para su posterior producción, como son:

- Contenido de algodón u otras fibras naturales.
- Colorido

- Textura
- Encogimiento y/o estiramiento
- Flamabilidad
- Rigidez

Además, la empresa se ha preocupado por adquirir los mejores materiales para los complementos de la prenda de vestir, los cuales le dan una mejor presentación, y estos complementos son:

- Etiquetas de tela bordada de marca
- Etiquetas de tela bordada de talla
- Etiquetas de tela bordada de cuidado de la prenda (instrucciones de lavado, secado y planchado)
- Etiquetas de Cartón de marca
- Entretela (Pellon)
- Botón
- Gancho
- Bolsa
- Alfiler

También la empresa cuenta con la colaboración de personal calificado en el arte de las ventas, con el fin de proporcionarle el mejor servicio a nuestra clientela

Todos estos elementos han hecho que la empresa se decidiera incursionar en el mercado extranjero, específicamente en el mercado de San Francisco, California.

3. Organización Legal del Negocio

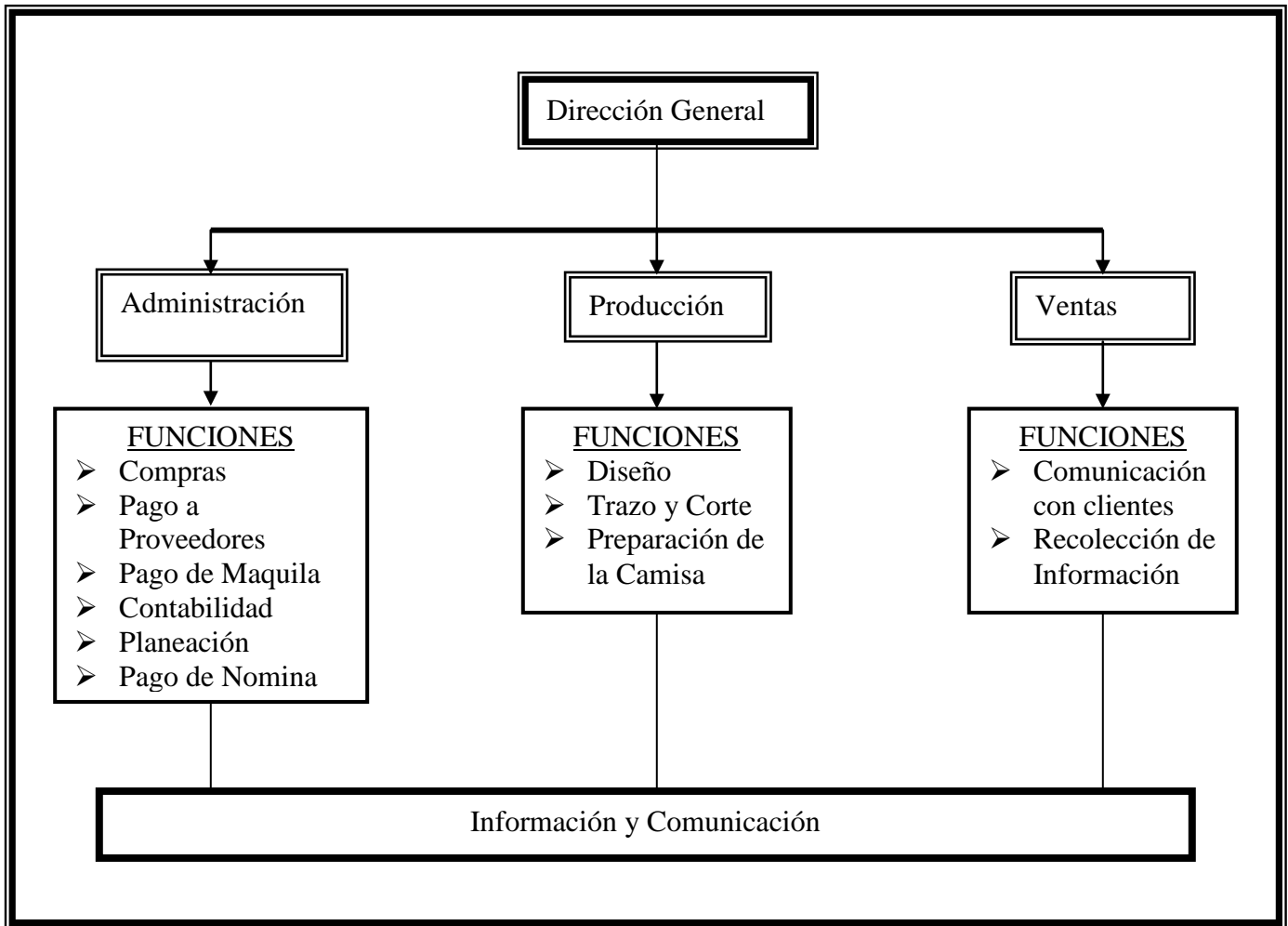
La empresa esta constituida como persona física con actividad empresarial; y las ventajas que presenta son las siguientes:

- Toma de Decisiones
- Manejo de Capital
- Adquisición de compromisos
- Designación de Personal

A. Organigrama

A continuación en la siguiente figura se muestra el organigrama de la empresa “Confecciones Dorantes”.

Figura 1. Organigrama de la Empresa “Confecciones Dorantes”



B. FODA

A continuación en las siguientes tablas se muestra como esta conformada la FODA de la empresa, es decir, cuales son sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; y una evaluación de la misma.

Tabla 1. Valores de Calificación.

CALIFICACIÓN	INTERPRETACIÓN
0	Nulo
1	Bajo
2	Regular
3	Bueno
4	Excelente

Tabla 2. Fortalezas y Debilidades de la Empresa.

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	EVALUACIÓN
FORTALEZAS			
Somos Productores	0.20	4	0.80
Recursos Humanos Capaces	0.05	2	0.10
Capacidad Productiva	0.07	2	0.14
Capacidad de Negociación con Clientes	0.04	3	0.12
Amplia Cartera de Clientes Nacionales	0.06	2	0.12
Adecuada Administración	0.08	3	0.24
Relación con Proveedores	0.05	3	0.15
Insumos Regionales	0.03	4	0.12
Eq. Transporte y Mano de Obra Nacional	0.07	4	0.28
Producto 100% Mexicano	0.07	4	0.28
Calidad similar al de la competencia	0.03	2	0.06
DEBILIDADES			
Cultura del Personal a Economía Cerrada	0.05	1	0.05
Fallas en el Cumplimiento de Pedidos	0.04	2	0.08
Capacidad Instalada Inutilizada	0.04	1	0.04
Maquinaria de uso	0.03	1	0.03
Produce solo un tipo de producto	0.02	1	0.02
Escasa Promoción y/o Marketing	0.04	1	0.04
No Exporta	0.03	1	0.03
	1.00		2.70

Tabla 3. Oportunidades y Amenazas del Entorno.

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	EVALUACIÓN
OPORTUNIDADES			
TLCAN y Globalización (Exportación)	0.20	4	0.80
Detección de Demanda del Producto	0.20	3	0.60
Eliminación Aranceles Exportación	0.15	3	0.45
Tipo de Cambio	0.10	2	0.20
AMENAZAS			
Ingreso de China a la OMC	0.15	2	0.30
Cambio Preferencias de Clientes	0.10	1	0.10
Desaceleración Económica de Estados Unidos	0.05	1	0.05
Competencia Productos Asiáticos	0.05	2	0.10
	1.00		2.60

Como en la Evaluación dio un resultado mayor al 2.5, esto indica que la empresa se encuentra por arriba del promedio convencional, esto señalado por los especialistas en planeación estratégica.

4. Estrategia Propuesta para Ingresar al Mercado Meta

A. Estrategia Financiera

El propietario de la empresa esta conciente de los riesgos que conlleva el ingresar a un mercado totalmente ajeno y del cual conoce relativamente poco, pero también sabe, que el incursionar en un mercado tan grande y con mucha capacidad de compra, atraerá mayores ganancias para la empresa, por lo cual el dueño esta dispuesto a invertir el tiempo y el capital necesario para poder ingresar al mercado de Estados Unidos y específicamente a la ciudad de San Francisco, California.

Entre algunos de los compromisos que planea adquirir, son algunos prestamos familiares y sobre todo buscar el apoyo de las Instituciones Bancarias, para su financiamiento como lo es Bancomext, y de la asesoría de dependencias privadas y de gobierno, en la promoción de las exportaciones, como lo son la Secretaria de Economía y la Secretaria de Desarrollo Económico.

La estrategia que tiene planeada la empresa es la siguiente:

En primer lugar, es realizar un estudio minucioso de la situación económica y productiva de la empresa, es decir, analizar cuidadosamente que tan desahogada se encuentra de sus compromisos y además identificar sus capacidades financieras para poder llevar a cabo la exportación del producto. También se identificara la capacidad actual de producción de la misma y determinar si puede cumplir con las demandas que puede acarrear el ingresar a un mercado en el extranjero como lo pueden ser: cantidad de producto, calidad, diseños, moda, pero sobre todo precio y tiempos de entrega.

En segunda lugar, realizar un estudio de mercado, es decir, determinar si el producto en realidad cubre con los requerimientos necesarios para poder entrar el mercado extranjero, y además estar dentro del gusto de los consumidores a los que se planea llegar, y en caso de que no sea así, ver cuales son los cambios que se necesitan hacer al producto, y si la empresa esta en capacidad de hacerlos y además determinar cual es el costo de realizar tales cambios.

En tercer lugar, una vez hecha la investigación de mercado, procederemos a determinar los siguientes puntos: el segmento al cual nos vamos a dirigir, el producto que vamos a ofertar, cual es mejor medio de promoción y además encontrar los posibles clientes que se encarguen de la distribución y venta del producto. Y además determinar cuales son las barreras tanto arancelarias y no arancelarias que el producto debe cumplir para poder entrar el mercado estadounidense.

En cuarto lugar, buscar los medios de financiamiento adecuados, que la empresa esta dispuesta a adquirir, con el fin de poder llevar a cabo la exportación de su mercancía y a la vez poder mantenerse dentro del mercado extranjero durante tiempo indefinido.

En quinto lugar, buscar un agente ó agencia aduanal, la cual se va a encargar de realizar el despacho de las mercancías, tanto para su exportación como para su desaduanamiento en el extranjero, y además buscar la empresa transportista que va a realizar el traslado de la mercancía. Esto dependiendo de la negociación con el comprador de nuestra mercancía, es decir, cuales son los términos de la negociación a utilizar (Incoterms).

En sexto lugar, buscar lo medios necesarios de información, con el propósito de mantenernos al tanto de los cambios de gustos y preferencias de los consumidores y además mantener una campaña de promoción, para así aumentar las ventas de la mercancía y así tener mayores ganancias, además de dar a conocer los productos mexicanos en el extranjero.

B. Calendario de Eventos

Para poder llevar todas y cada una de las operaciones de comercio internacional, es necesario llevar a cabo una calendarización con fechas ó tiempos específicos y que lleven un seguimiento lógico. Esto se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 4. Calendario de Eventos, Año 2005

Actividades	Ene.	Feb.	Mzo.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Estudio de la empresa	X											
Estudio de mercado		X										
Análisis de los datos			X									
Línea de Crédito Bancaria				X								
Contactar Cliente			X									
Contactar Agente Aduanal				X								
Preparar Documentación					X							
Embarque y Transporte						X						
Seguro						X						
Facilidades de Almacenamiento						X						
Preparar Mercancía						X						
Investigar Barreras Arancelarias					X							
Fracción Arancelaria				X								
Despacho de la mercancía							X					
Enviar Documentos al Cliente								X				

5. Descripción del producto

El bien que la empresa produce y comercializa, es la Camisa para caballero, joven y niño, en diferentes estilos, diseños, telas, colores y presentaciones; los cuales van a la vanguardia de la moda actual, y que no-solo satisface la necesidad del vestido, sino que también le da a la persona que la porta, cierto nivel de prestigio, debido a que este cuenta con un excelente diseño y calidad.

A. Clasificación Arancelaria

De acuerdo a la Tarifa de Impuestos General de Importación y Exportación (TIGIE), la fracción arancelaria de exportación que le corresponde al producto es la siguiente:

Camisas para hombre o niños

Los demás 62.05.20.99

A pesar de que nuestro producto no es nuevo en el mercado, si contribuye a satisfacer la necesidad básica del vestido, y por otro lado nos da la oportunidad de presentar nuevas opciones al consumidor, así como también nos permite contribuir a la apertura de fuentes de empleo que requiere con urgencia nuestro país. Y finalmente nos da la oportunidad de tratar de incursionar al mercado internacional, al cual entraría con preferencias arancelarias, debido a que es totalmente producido en el país, y por lo tanto tendría una ventaja comparativa con el resto de nuestros competidores, los cuales en su mayoría poseen ó manejan marcas muy reconocidas, con altos precios; además que el bien está al mismo nivel en cuanto a calidad y diseño, que el resto de las demás marcas.

B. Ventajas Competitivas

Como ya habíamos comentado antes, una de las ventajas más importantes, es el precio, el cual es un factor determinante en la compra de un producto, es decir, que el bien pueda estar al alcance del bolsillo del consumidor y que además el producto sea del total agrado del mismo, por lo cual otras de las ventajas de la camisa, son las siguientes:

- Diseños
- Telas
- Presentación
- Calidad en insumos

C. Permisos Gubernamentales

Entre los requisitos gubernamentales, que debe cumplir nuestro producto al momento de entrar al mercado norteamericano, estos consisten principalmente en cuanto a regulaciones no arancelarias los cuales van enfocados a:

- Tallas de ropa de vestir para hombres y niños
- Análisis cuantitativo de los materiales textiles (Porcentaje de fibras)
- Determinación de la resistencia al fuego en los productos textiles.
- Simbolismo para la indicación en el cuidado y conservación de las prendas.
- Condiciones de Etiquetado
- Idioma

Todas estas regulaciones están contempladas en la NORMA Oficial Mexicana NOM-004-SCFI-1994, Información comercial-Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios. En el Anexo 10 del presente proyecto se muestra la norma.

A pesar de que la camisa esta hecha totalmente con materia prima mexicana; la empresa también utiliza tela proveniente de Corea y Taiwán, por lo cual seria también necesario la adquisición de cupos y permisos de exportación (Anexo 7), esto con el propósito de que el producto entre con preferencias arancelarias al mercado norteamericano.

Los cupos de exportación los otorga la Secretaria de Economía, mediante 3 formas

- Asignación Directa
- Asignación mediante Licitación Publica
- Transferencia de Cupo obtenido por licitación publica

En el Anexo 6 del presente proyecto se muestra un formato de Asignación de Cupo.

D. Servicios Relacionados con el Producto

Por el momento no existe ningún servicio que la empresa pueda ofrecer junto con el producto, lo único que podría ofrecer, es otra línea de productos que hagan juego con la camisa como pueden ser las playeras las cuales harían más atractiva a la marca. Además, de que es un producto que a muchas personas les gusta usar debajo de una camisa. Pero esto se vera más adelante, una vez que hayamos introducido con éxito la camisa, dentro del mercado extranjero.

E. Protección de Producto

Una de las formas más eficaces de proteger a un producto ó a una marca, es por medio del registro de las mismas en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), ante la Secretaria de Economía, esto con el fin de evitar que algún otro individuo ó compañía, incurra en el plagio del producto, diseños y marcas de la empresa. También de esta manera se le da nombre y prestigio al producto, marca y compañía. Lo cual se ve reflejado en la confianza de la clientela.

6. Desarrollo e Investigación del Producto

Tal como lo habíamos comentado anteriormente, la moda es un factor predominante para la venta de un producto, al igual que los avances y mejoras tecnológicas. Debido a esto, los productores de camisa, están en una búsqueda constante de Innovaciones en la confección de ropa. Tal como es el caso de la “Ropa Inteligente”.

La primera generación de "ropa inteligente" que combina la tecnología, las telecomunicaciones y la moda, saldrá al mercado y permitirá, entre otras cosas, ajustar colores y tallas.

En los proyectos de moda inteligente trabajan científicos de universidades, pero también de empresas privadas; entre ellas, la cadena de tiendas de ropa Burlington, Motorola, fabricante de equipo de telecomunicaciones y DuPont, de biotecnología.

Entre las novedades que saldrán al mercado están los botones que ajustan la talla de la cintura y que combinan el color de la tela. También la vestimenta que permite rastrear a los menores de edad vía satélite y avisar a los padres cuando los bebés dejan de respirar.

También se trabaja en nuevas fibras electrónicas adaptables al clima. Por su parte, científicos del Instituto de Tecnología de Massachussets se aplican en el diseño de "ropa electrónica" que incluye dispositivos móviles tales como teléfonos y computadoras

Todos estos avances tecnológicos todavía están en etapa de desarrollo, por lo que aun no salen al mercado para su venta. Por lo tanto, aún no existe una demanda por este tipo de prendas de vestir.

Por el momento el producto en si, no requiere de ninguna modificación. Lo único que cambia son las etiquetas de Cartón y de las Etiquetas de Instrucciones de lavado y planchado, las cuales deben venir en idioma Ingles. También hay que cambiar las etiquetas de talla, las cuales están expresadas en números como por ejemplo: talla 36, 38, 40 y 42; y las cuales hay que adecuar a la costumbre del mercado estadounidense y las cuales están escritas de la siguiente forma: L (Large), M (Medium), S (Small) y XL (Extra Large).

Además hay que hacer cambios en el envase del producto, porque en este momento solamente se utiliza una bolsa de plástico para su protección y distribución en el mercado nacional. Por lo tanto, hay que adecuarlo a la forma de venta del bien, dentro del mercado norteamericano. Entre los cambios que se van a realizar son el uso de otro tipo de plástico más resistente para su transportación y presentación, cartón y alfiler para doblar la camisa, y plástico para el cuello para evitar la deformidad del mismo. Pero esta forma de envase del producto todavía no se tiene planeado utilizar en los primeros envíos de mercancía, a menos que nuestra clientela así nos lo pida y por lo cual ya se verán los ajustes necesarios que se tienen que realizar.

Todos estos cambios, son posibles de realizar por la misma empresa, por lo cual no representan una desventaja para poder ingresar a este mercado.

A. Producción

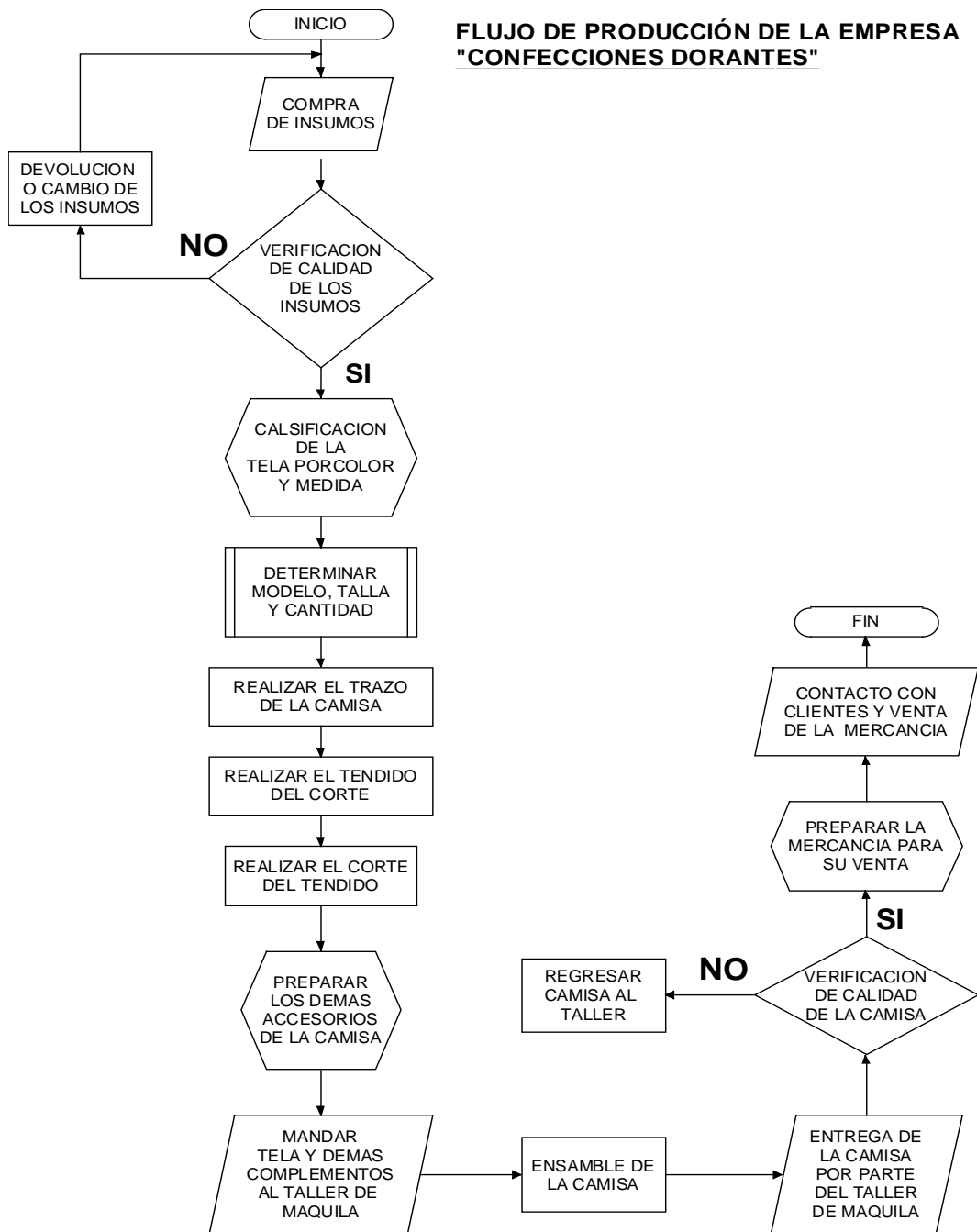
La empresa se encuentra en constante producción y distribución del bien dentro del mercado nacional, por lo tanto si en algún momento es necesario cubrir una demanda del producto en el extranjero, esta es capaz de cubrirla, siempre y cuando, la firma cuente con el financiamiento necesario para hacer frente a los compromisos que esto representa. Además que en estos momentos no hace uso de la totalidad de su capacidad instalada.

Como ya había mencionado, el producto está listo para su venta en el exterior, ya que no hay que hacerle ninguna modificación al mismo. Pero si hay que realizar los cambios en cuanto a envases y etiquetas se refiere, por lo cual es necesario contar con el capital y el tiempo necesarios para su obtención.

Desde el inicio de este proyecto, comentamos que la empresa siempre esta adquiriendo las mejores telas y demás complementos de la camisa, esto con el fin de proporcionarle al consumidor un producto bien hecho y de la mejor calidad, también existe una constante capacitación del personal tanto de producción y ventas, con el propósito de brindarle un servicio excelente y profesional a nuestra clientela.

A continuación, en la siguiente figura se muestra cual es el proceso de producción de la camisa, desde el momento que llega la tela hasta que la camisa es totalmente ensamblada y lista para su venta al mercado nacional.

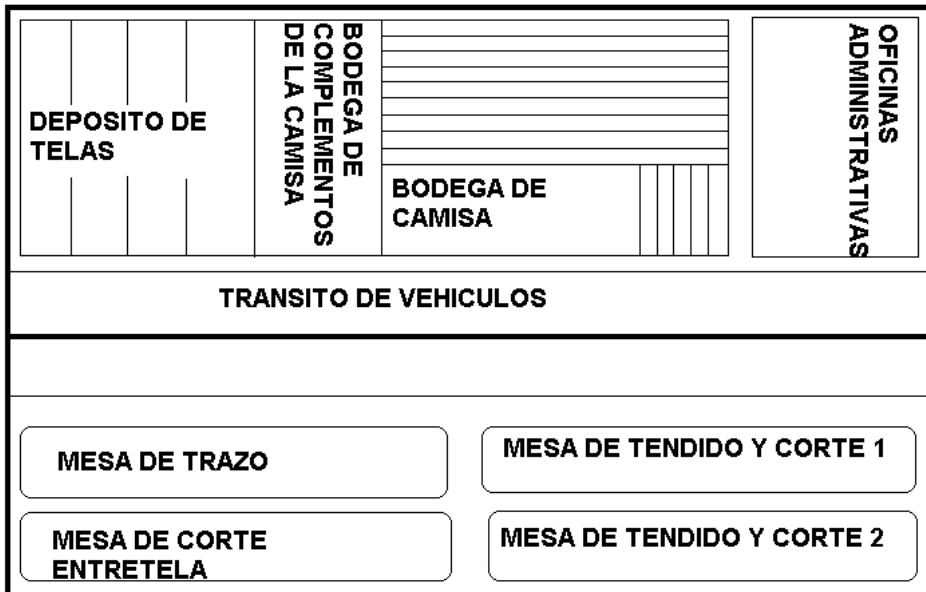
Figura 2. Flujo Grama de la Empresa Confecciones Dorantes



Entre los productos que la empresa está fabricando y distribuyendo dentro del mercado nacional, se encuentra la playera y el pantalón de mezclilla tipo bagui y acampanado para caballero. Productos que aunque han tenido aceptación favorable dentro del mercado nacional, aún se encuentran en etapa de experimentación, por lo cual en este momento la empresa no está en posibilidad de agregarlos a su muestrario.

En la siguiente figura se muestra como esta conformado el taller ó área de producción de la empresa.

Figura 3. Mapa del Área de Producción





Análisis del Mercado

SECCIÓN III. ANÁLISIS DEL MERCADO

Investigación de Mercado

El tipo de investigación que se llevo a cabo para poder recabar información sobre el mercado de San Francisco California, en Estados Unidos de América es por medio de una Fuente Secundaria de Tipo Documental.

1. Información General sobre Estados Unidos

A. Ficha Técnica

La economía norteamericana es considerada una de las más fuertes y estables del mundo, con un crecimiento constante en comparación con las demás economías del continente.

En el siguiente cuadro se muestran algunos datos importantes sobre Estados Unidos.

Tabla 5. FICHA TÉCNICA ESTADOS UNIDOS 2002



Nombre Oficial	Estados Unidos de América
Tipo de Gobierno	República Democrática Federal
Presidente	George W. Bush
División Política	50 Estados y un Distrito Federal
Capital:	Washington D.C.
Principales Ciudades	Washington, D.C., Los Angeles, San Francisco, Nueva York, Dallas, Chicago, Miami, Atlanta, Detroit, Houston, San Antonio, Charlotte, Seattle
Superficie	9.6 millones de Km ² .

Población	288.6 millones de habitantes en 2002
Religión	Protestantes 56%, católicos 28%, Judíos 2%, Otros 4%, Ninguna 10%.
Idioma	Inglés
Moneda	Dólar
Infraestructura	Aeropuertos: 14,695 Helipuertos: 132 Ferrocarriles: 212,433 Km. Carreteras: 5,733,028 Km. de carretera pavimentadas y 637,003 Km. sin pavimentar
Inflación	1.6% (2002)

Fuente: Agencia Central de Investigaciones (CIA)

B. Indicadores Económicos

A pesar de que la economía mexicana se encuentra en una etapa de crecimiento y desarrollo, resulta ser uno de los principales socios comerciales de EUA, esto debido principalmente a la cercanía geográfica y a la firma del TLCAN.

Tabla 6. Indicadores Económicos

Concepto	México	EE.UU.	México	EE.UU.	México	EE.UU.
	2000		2001		2002	
PIB incremento % (real)	6.6	5.2	-0.3	0.3	1.1	2.4
Inflación % (fin de periodo)	8.9	3.4	4.4	2.8	5.7	2.4
Exportaciones (MMD)	166.5	782	158.4	731	160.8	693
Exportaciones (% PIB)	28.7	7.9	25.6	7.2	25.4	6.6
Importaciones (MMD)	174.5	1,218	168.3	1,142	170.9	1,163
Importaciones (% PIB)	30.1	12.3	27.2	11.2	27.0	11/1
Balanza Comercial total (MMD)	-8.0	-436	-9.9	-411	-10.1	-470
Población (millones de hab.)*	99.6	282.4	101.1	285.5	103.1	288.6

MMD: Miles de millones de dólares

Fuentes: México: Grupo de Trabajo para el Comercio Exterior, SHCP, SE, INEGI y Banco de México
Estados Unidos: US Census Bureau, Joint Economic Committee, US Federal Reserve, Bureau of Economic Analysis, Council of Economic Advisers, Bureau of Labor Statistics, U.S. Treasury Department

C. Principales Actividades Económicas

La principal actividad económica de Estados Unidos es el sector de Servicios, tal como se muestra a continuación, seguida de la Industria y por último la Agricultura.

(2002)

Servicios: 80 %

Comunicaciones, transporte, seguros, pre y post venta, consulta, finanzas, e-commerce, etc.

Industria: 18%

Automotriz, telecomunicaciones, productos químicos, industria aeroespacial, electrónica, trabajos en hierro y acero, maquinaria, minería y extracción, y alimentos

Agricultura: 2%

Trigo, grano, otros granos, frutas, verduras, algodón; ternera, carne de cerdo, volatería, productos lácteos; productos forestales; pescado

Fuente: CIA, The World Factbook 2002

D. Principales Socios Comerciales de Estados Unidos

Los países de Canadá, México y Japón son los principales socios comerciales de Estados Unidos, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 7. Socios Comerciales de Estados Unidos

Enero-diciembre 2002 (Millones de dólares)

País	Exportaciones	Importaciones	Comercio Total	Participación relativa (%)
Canadá	147,844	192,470	340,314	20.55
México	77,136	111,430	188,566	11.39
Japón	51,424	121,560	172,984	10.45

Fuente: US Census Bureau, The World Trade Atlas.

E. México: Balanza Comercial con Estados Unidos

A partir de la puesta en vigor del TLCAN, México ha venido incrementando sus exportaciones así como también las importaciones provenientes de EUA, aunque México todavía cuenta con un superávit en su Balanza Comercial con Estados Unidos, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 8. Balanza Comercial de México con Estados Unidos

(Millones de U.S. Dls.)

Período	Exportación	Importación	Inter.	Saldo Total
	Valor	Valor	Valor	Valor
1999	120,610	105,288	225,898	15,322
2000	147,640	127,566	275,206	20,074
2001	140,373	113,646	254,019	26,727
2002	142,954	106,557	249,511	36,397

Fuente: México: World Trade Atlas, Secretaría de Economía (Marzo 2003)

F. Principales Productos Exportados a Estados Unidos

A pesar de que Estados Unidos es una de las economías con mayor número de empresas e industrias de la transformación; todavía una gran parte de su consumo nacional es de origen extranjero, tal como es el caso de la ropa, la cual ocupa el quinto lugar entre los principales productos exportados a Estados Unidos.

Tabla 9. Principales productos exportados a Estados Unidos en 2002*

(Miles de millones UDS)

Descripción	Valor
Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes, principalmente hilos y cables, así como aparatos receptores de televisión	34.6
Vehículos automóviles, tractores, principalmente coches de turismo	20.8

Reactores nucleares, calderas, máquinas y aparatos, principalmente máquinas automáticas para el procesamiento de datos	17.5
Combustibles minerales, aceites minerales y productos de petróleo, principalmente aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	9.5
<u>Textil y confección, Prendas y Complementos de Vestir</u>	8.6
Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cirugía	3.5
Productos químicos, farmacéuticos	2.3
Materias plásticas y manufacturas de plástico	1.8
Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos, frescas y refrigeradas	2.8

Fuente: Banco de Comercio Exterior

G. Nichos de Mercado

A continuación se muestra una tabla con los principales nichos de mercado, y en los cuales las empresas mexicanas pueden incursionar con sus productos.

Tabla 10. Nichos de Mercado en Estados Unidos

SECTOR	Atlanta	Chicago	Dallas	San Francisco	Miami	Nueva York	San Antonio
Alimentos y bebidas (procesados, frescos, productos pesqueros)	A	A	A	A	A	A	A
Automotriz	<u>M</u>	A	B	<u>M</u>	<u>M</u>	<u>M</u>	B
Cuero y calzado		A	A	<u>M</u>	A	<u>M</u>	B
Electrónica		<u>M</u>	B	<u>M</u>	<u>M</u>	<u>M</u>	<u>M</u>
Metalmecánica	A	A	A	<u>M</u>	B	<u>M</u>	<u>M</u>
Materiales de construcción	A	<u>M</u>	<u>M</u>	<u>M</u>	A	B	A
Muebles	A	A	A	<u>M</u>	A	<u>M</u>	B
Químico farmacéutico		<u>M</u>	B	B	B	B	B
Regalos	A	A	A	<u>M</u>	A	A	B
Textil y Confección	<u>A</u>	<u>M</u>	A	A	A	A	B

A: Prioridad alta. Sectores en los que no existe nicho de mercado para productos mexicanos y se cuenta con oferta exportable mexicana

M: Prioridad media. Sectores en los que no existe nicho de mercado, pero se cuenta con oferta exportable mexicana

B: Prioridad baja. Sectores en lo que existe un nicho de mercado, pero existe oferta exportable mexicana limitada.
 Promoción reactiva Fuente: Banco de Comercio Exterior

H. Productos Prioritarios por Sector en Norteamérica

En la siguiente tabla se muestran los principales productos, que el mercado de San Francisco California esta requiriendo, y para los cuales existe una demanda que necesita ser cubierta, ya sea con productos provenientes de México ó de algún otro país.

Tabla 11. PRODUCTOS PRIORITARIOS POR SECTOR EN NORTEAMÉRICA

2002

San Francisco, California

Alimentos Frescos
<ul style="list-style-type: none"> • Frutas, verduras, hortalizas, pescados y mariscos.
Alimentos Procesados
<ul style="list-style-type: none"> • Salsas, pastas de harina, chiles secos, especias y condimentos, botanas, refrescos, jugos de frutas, alimentos enlatados y abarrotes en general, bebidas alcohólicas, dulces y productos deshidratados.
Artículos de Regalo y Decoración
<ul style="list-style-type: none"> • Artículos de pewter, vidrio decorado, cerámica, joyería de plata y regalos en general.
Cuero y Calzado
<ul style="list-style-type: none"> • Calzado de piel, casual y de vestir para dama, caballero y niño, bota vaquera, bolsas, cinturones, carteras, fundas de piel.
Eléctrico Electrónico
<ul style="list-style-type: none"> • Tableros de circuitos eléctricos, conectores, circuitos integrados, subcontratación de empresas mexicanas de ensamblaje de componentes electrónicos.
Metal-Mecánico
<ul style="list-style-type: none"> • Estructuras metálicas (tubería, perfiles, ángulos y láminas), fundiciones de hierro, acero, cobre y aluminio, productos metálicos industriales, forja, maquinado, moldeado, estampado, partes automotrices, refacciones.
Muebles
<ul style="list-style-type: none"> • Muebles rústicos de madera, colonial de alto nivel y muebles de hierro forjado.
Textil y Confección
<ul style="list-style-type: none"> • Ropa de vestir casual para caballero, playeras y camisas 100% algodón, ropa de mezclilla.

2. Consideraciones Políticas y Legales

La política comercial de los Estados Unidos apunta a apoyar y promover el estado de derecho, tanto mediante el cumplimiento leal y sin demoras de las obligaciones que han asumido, como asegurando que se hagan cumplir los acuerdos comerciales y los derechos de los Estados Unidos en el sistema de comercio.

Los Estados Unidos continuarán realizando un comercio abierto porque entienden que la eliminación de los obstáculos fomenta la creación de puestos con sueldos más altos. Por lo tanto hay un incremento importante en los ingresos, los niveles de vida y el potencial de crecimiento de los Estados Unidos y de sus asociados comerciales.

Los Estados Unidos fomentan el aumento del comercio de los países en desarrollo mediante medidas de comercio preferenciales, como el Sistema Generalizado de Preferencias, la Ley sobre Crecimiento y Oportunidad en África, la Ley de Preferencias Comerciales para los Países Andinos y la Ley de Asociación Comercial con los Países de la Cuenca del Caribe. Los Estados Unidos también hacen hincapié en las actividades de creación de capacidad para el comercio, a fin de ayudar a los países en desarrollo que tienen dificultades para ajustarse a los cambios provocados por la tecnología, el comercio y otras fuerzas, proporcionándoles mejor asistencia, capacitación y colocación. Los Estados Unidos también adoptan medidas para promover la adhesión a las normas laborales básicas y la protección del medio ambiente, como se indica en el conjunto de medidas anunciadas como parte del programa de política comercial del 2001.

Mediante la realización de estos diversos elementos -concertación de acuerdos mundiales, regionales y bilaterales de comercio; estímulo a la integración multilateral de los países en desarrollo; creación de apoyo para el comercio abierto; fomento del desarrollo sostenible y de las normas laborales básicas; y fomento de una mayor transparencia- los Estados Unidos continuarán desempeñando su función de liderazgo tradicional en la

promoción de la liberalización del comercio y desarrollando un sistema de comercio en beneficio de todos.

Como resultado de toda esta suma de elementos y aspectos de la política comercial de Estados Unidos, esto la coloca como una de las naciones más estables, económica y políticamente hablando.

A partir de la entrada en vigor de TLCAN, las exportaciones de México a EUA crecieron de US 1,894 millones en 1994 a US 9,214 millones en el 2002, lo que significa un incremento de casi cinco veces.

Tabla 12. Exportaciones de México a Estados Unidos

Año	Importaciones	Participación de Mercado	Ranking Proveedor EUA
2001	9,605 MM	13%	1
2002	9, 214 MM	12%	2

Fuente: World Trade Atlas México

3. Consideraciones Culturales y Sociales

La cultura norteamericana esta ligada al consumismo, una repetida adquisición de una gran variedad de bienes y servicios. El tipo de vida americana esta usualmente asociada con la vestimenta, las casas, los aparatos eléctricos, y otros productos, así como también con su tiempo libre. Los promocionales estimulan el deseo por productos nuevos y mejorados, las personas cada vez compran más su bienestar con la posesión de ciertas cosas y adquiriendo el último modelo. La televisión y otros medios masivos de difusión son una representación de un tipo de vida americana privilegiada que muchos americanos esperan imitar.

Los estadounidenses constantemente buscan su satisfacción personal y nivel social a través de la ganancia de objetos materiales. Es cierto que los productos adquiridos y consumidos lejos de ser logros profesionales ó ideales personales, son por lo regular el estándar de éxito de la sociedad americana. Los medios ejemplifican este éxito, con sus modelos más glamorosos de consumo tal como son: Hollywood, actores, figuras deportivas

ó celebridades musicales. Esta dependencia en productos y en un constante consumo define a la sociedad consumista moderna de todos lugares. Los americanos han establecido su paso para este ideal de consumo; especialmente la gente joven, quienes han alimentado esta cultura consumista en los Estados Unidos y en el mundo. Como los medios masivos con los cuales esta íntimamente ligada, el consumo ha sido extensamente criticado. Representado ser como un ciclo enfermizo de un deseo inducido, el consumismo parece erosionar los viejos valores de una economía y gusto personal. A pesar de esto, la producción en masa de los bienes ha permitido que más gente viva confortablemente y ha hecho posible para cualquiera alcanzar un sentido de estilo, alterando la más obvia forma de distinción de clase.

En cuanto a la forma de vestir de los americanos es muy distintiva debido a su informalidad. El estilo americano en el siglo 20 es más informal que en Europa, y el origen de su moda va de acuerdo a lo que la gente usa en las calles. La moda europea toma sus señales de la moda de la alta jerarquía, dictada por el famoso mundo de la alta costura de las casas de Paris, Francia, y recientemente de Milán, Italia, y Londres Inglaterra. Los diseñadores de Paris, tanto hoy como en el pasado, han vestido de forma ostentosa y americana, quienes copiaron estilos franceses. Aunque los diseños europeos permanecen con una significativa influencia en los gustos americanos, las modas americanas más a menudo vienen de orígenes populares, tales como la escuela y la calle, así como la televisión y las películas. En el último cuarto del siglo 20, los diseñadores americanos han venido encontrando su inspiración en la imaginación llevada por la gente joven de las ciudades.

La informalidad americana en su vestimenta es una parte importante en la cultura americana. Muchos lugares de trabajo han adoptado la idea de “viernes casual”, un día en el cual los trabajadores son encaminados a cambiar su vestimenta profesional por otra más causal. Para muchas industrias localizadas a lo largo de la costa oeste, así como entre facultades en colegios y universidades, este énfasis en una vestimenta casual es a diario una presencia, no solamente reservados para los viernes.

4. Tendencias que pueden afectar el mercado

A pesar de la desaceleración de la economía mundial en 2001 y de los eventos del 11 de septiembre, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) continúa brindando beneficios a los consumidores, agricultores, trabajadores y empresarios de Canadá, México y Estados Unidos. Los socios del TLCAN han redoblado esfuerzos para continuar con la liberalización comercial en América del Norte, así como en las negociaciones del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) y en la Organización Mundial de Comercio (OMC) para impulsar la apertura comercial a nivel hemisférico y global

Gracias al TLCAN se han reducido las barreras al intercambio de bienes y servicios, lo que ha venido a incrementar el comercio entre los tres países. Esto ha contribuido a generar más empleos, a incrementar la oferta de productos para los consumidores a precios competitivos, y a elevar los niveles de vida de la población.

México exportó \$139 mil mdd a sus socios del tratado en 2001, lo cual representó un crecimiento de 225 por ciento, equivalente a más de dos veces el crecimiento de 93 por ciento registrado en sus exportaciones al resto del mundo. El crecimiento de sus exportaciones ha contribuido con más de la mitad del incremento del producto interno bruto de México.

Y por su parte las exportaciones de bienes de Estados Unidos a sus socios del TLCAN aumentaron casi el doble entre 1993 y 2001, se elevaron de \$133 mil mdd a \$262 mil mdd, lo cual es significativamente mayor que el crecimiento de 54 por ciento en sus exportaciones al resto del mundo.

La inversión extranjera directa (IED) contribuye de manera importante a la creciente integración de las economías de los tres países, y canaliza el crecimiento de la inversión local y la competitividad de las empresas. LA IED se acompaña de diversas ventajas adicionales, que son fundamentales para el crecimiento económico y el desarrollo, tales como la transferencia de nuevos conocimientos, de tecnología y de experiencia en la administración de negocios, así como de un mayor acceso a los mercados.

Al brindar un marco legal con reglas claras que dan certidumbre y transparencia, Norteamérica se ha convertido en un polo de atracción para la IED. El TLCAN promueve un ambiente de confianza y estabilidad necesario para efectuar inversiones y establecer sociedades y compromisos de largo plazo. La creciente integración del mercado de América del Norte ha estimulado los flujos de capitales, ha promovido la transferencia de tecnología, y ha contribuido a elevar la productividad de las empresas y a mejorar los salarios de los trabajadores.

Entre 1994 y 2000, los flujos de IED en los países del TLCAN alcanzaron \$1.3 billones de dólares, monto que equivale al 28 por ciento del total mundial, y que ha promovido ampliamente el desarrollo y crecimiento económico en Norteamérica. Además el promedio anual de flujos de IED en México alcanzó \$11.7 mil mdd, con lo cual se triplicó lo recibido en los siete años previos al tratado.

El comportamiento dinámico de las exportaciones y la inversión en Norteamérica ha contribuido a incrementar la actividad económica y a mejorar la productividad de la región, promoviendo la generación de más empleos con mejores salarios en los tres países.

En México, el sector exportador es el principal generador de fuentes de trabajo, al haber creado más de la mitad de los empleos en el sector manufacturero entre 1994 y 2000. Estos puestos de trabajo pagan cerca de 40 por ciento más que otros empleos de la industria manufacturera.

En Estados Unidos, las exportaciones a los países del TLCAN han generado 914,000 nuevos empleos desde 1993, para alcanzar un total de 2.9 millones de puestos de trabajo. Estos pagan entre 13 y 18 por ciento más que el salario promedio a nivel nacional.

5. Descripción del Mercado Meta

El mercado meta al cual planea dirigirse la empresa, es la ciudad de San Francisco, California, perteneciente a los Estados Unidos de Norteamérica.

El Estado de California ocupa el segundo lugar después del estado de Texas, con el mayor número de operaciones de comercio exterior del país.

A continuación muestro algunas de las principales cifras de comercio internacional del estado de California y de la ciudad de San Francisco.

Tabla 13. COMERCIO EXTERIOR PUERTOS DE CALIFORNIA
2000-2002 (millones US\$)

Año	Exportaciones	% Cambio	Importaciones	% Cambio	Total
2000	148,555	21.7	243,527	16.5	392,081
2001	127,255	-14.3	213,942	-12.1	341,197
2002	111,340	-12.5	218,461	2.1	329,801

Tabla 14. COMERCIO EXTERIOR PUERTO DE SAN FRANCISCO
2000-2002 (millones US\$)

Año	Exportaciones	% Cambio	Importaciones	% Cambio	Total
2000	58,304	30.4	68,867	15.9	127,171
2001	45,802	-21.4	49,254	-28.5	95,056
2002	35,056	-23.4	44,537	-9.6	79,593

Tabla 15. VALOR DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES AEREAS,
COMERCIO EXTERIOR, CALIFORNIA, 2000 A 2002 (millones US\$)

Año	Exportaciones	% Cambio	Importaciones	% Cambio	Total
2000	88,128	27.3	85,358	15.5	173,486
2001	69,841	-20.8	60,616	-29.0	130,457
2002	57,961	-17.0	57,567	-5.0	115,528

Tabla 16. VALOR DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES AEREAS,

COMERCIO EXTERIOR, SAN FRANCISCO, CA, 2000 A 2002 (millones US\$)

Año	Exportaciones	% Cambio	Importaciones	% Cambio	Total
2000	46,196	39.9	48,098	16.5	94,294
2001	35,574	-23.0	30,774	-36.0	66,348
2002	26,424	-25.7	27,362	-11.1	53,786

Fuente: U.S. Department of Commerce, Bureau of the Census, Foreign Trade Division, Abril 9, 2003

A. Nicho de Mercado

El nicho de mercado al cual nos estamos enfocando es el de mercado “Textil y de la Confección”, más específicamente al de las prendas de vestir para caballero en la ciudad de San Francisco California.

Por el momento solo existe solo un segmento de mercado al cual nos queremos enfocar, el de la camisa para caballero tipo casual; Posteriormente podemos incrementar el número de segmentos conforme vayamos aumentando nuestra gama de productos.

En la siguiente tabla se muestra como esta segmentada la ciudad de San Francisco California.

Tabla 17. Segmentación de San Francisco

Población	San Francisco	Área Metropolitana	California
Población, 2001 estimación	1,685,647	1,685,647	34,501,130
Personas menores de 5 años, porcentaje, 2001	4.10%	69,112	7.30%
Personas menores de 18 años, porcentaje, 2001	14.50%	244,419	27.30%
Personas entre 18 y 65 años, porcentaje, 2001	71.80%	1,210,295	62.10%
Personas de 65 y mayores, porcentaje, 2001	13.70%	230,934	10.60%
Mujeres, porcentaje, 2001	49.20%	829,338	50.20%
Hombres, porcentaje, 2001	50.80%	856,309	49.80%
Ingreso Per capita, 2000	\$34,556.00	\$34,556.00	\$22,711.00

Fuente: US. Census Bureau

El segmento de mercado al cual tenemos planeado dirigimos esta conformado por el sexo masculino, y cuyas edades se encuentran entre los 18 y 65 años de edad y los cuales representan el 36.47% de la población de la ciudad de San Francisco, California.

Tabla 18. Segmento de Mercado

Hombres de entre 18 y 65 años, porcentaje, 2001	614,830
---	---------

Fuente: US. Census Bureau

B. Estrategia de Mercado

La estrategia de mercado que piensa utilizar la empresa, de acuerdo a las posibilidades con las que cuenta actualmente para poder cubrir la demanda de nuestros clientes, es por medio de la asistencia y promoción del producto y/o la empresa en las Ferias y Eventos Internacionales para la Promoción de las Exportaciones Mexicanas; proporcionándoles cartelones de publicidad a nuestros clientes para que las exhiban en sus tiendas de ropa, pero sobre todo la publicidad del producto que nuestros propios consumidores le puedan dar a la misma.

C. Canales de Comercialización

Importador: mayorista adquiriendo mercancía de distintos países y distribuyéndola entre otros mayoristas, tiendas de detalle ó departamentales.

Distribuidor: intermediario que tiene derechos exclusivos sobre la mercancía en cierta región ó país y trabaja con el fabricante proporcionado información en cuanto a precios, tendencias, promociones, inventarios, servicios, etc.

Representante: intermediario que representa a la empresa abriendo mercado y levantando pedidos en una ciudad ó región trabajando bajo comisión.

Agentes importadores: es un enlace entre compradores (tiendas departamentales) y diversos proveedores en el extranjero.

Desarrolladores de marca privada: es el importador ó comprador que trabaja con una empresa que subcontrata producción en distintas partes del mundo bajo su propia marca.

Consolidador ó agente: el consolidador es un intermediario que se encarga de coordinar la producción de varios fabricantes, los cuales se unen para poder abastecer pedidos que exceden su capacidad de producción individual

D. Canales de Distribución

Tiendas de Descuento:

Es el principal punto de venta de productos confeccionados las cuales en el 2002 absorbieron más del 51% del mercado (Kmart, Wal-Mart, Target, etc.)

Tiendas especializadas:

Con el 27% (GAP, The Limited, Eddie Bauer, etc.), las cuales incluyen boutiques y marcas privadas.

Tiendas Departamentales:

Con el 22% de participación ente las que están, Bloomingdale's, JC Penney, Macys, Hudson's Bay, Eaton's, entre otros.

E. Regulaciones Gubernamentales

En nuestro país no existe por el momento ninguna restricción gubernamental que impida ó restrinja la exportación del producto a cualquier mercado del mundo. Por el contrario, la política del gobierno actual es la de promover las exportaciones mexicanas, alentando a las empresas nacionales a que realicen operaciones internacionales con los mercados con los cuales México tiene firmado Tratados Comerciales tal como lo es Estados Unidos, con el TLCAN. Los apoyos van desde asesorías y capacitación, hasta apoyos financieros para proyectos de exportación.

Por el momento Estados Unidos no tiene ninguna restricción gubernamental para la entrada del producto al país, esto siempre y cuando el bien cumpla con el contenido regional. Las restricciones para nuestro producto son de tipo no arancelarias, es decir, que van enfocadas al etiquetado del bien y la flamabilidad de la prenda.

Todas estas restricciones están contempladas en la NORMA Oficial Mexicana NOM-004-SCFI-1994, Información comercial-Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios.

F. Protección de Marcas y Patentes

En el texto del Tratado de Libre Comercio que tiene firmado México con Estados Unidos y Canadá (TLCAN), tiene contemplado en su Sexta Parte, Capítulo XVII, la protección a la Propiedad Intelectual, sobre todo a lo que se refiere a Marcas y Patentes, en sus Artículos 1708 y 1709, donde explica que cada una de las Partes otorgará en su territorio, a los nacionales de otra Parte, protección y defensa adecuada y eficaz para los derechos de propiedad intelectual, asegurándose a la vez de que las medidas destinadas a defender esos derechos no se conviertan en obstáculos al comercio legítimo

G. Producto y Mercado

Las necesidades que nuestro producto tiene que cubrir en el mercado extranjero son las siguientes:

- Vestir
- Elegancia
- Distinción
- Comodidad
- Exclusividad

Atributos del Producto Valorados por los Clientes

- Calidad
- Diseño
- Colorido

- Textura
- Precio

Los atributos de nuestro producto pueden cambiar en cuanto al diseño, las telas y el colorido de las mismas, esto para estar a la par de las exigencias del mercado. Estos cambios se irán dando conforme el mercado así lo requiera.

Los Factores que influyen en estos cambios son:

- Mercado
- Moda
- Gusto
- Telas
- Modelos
- Preferencias

H. Ciclo de Vida del Producto

Debido a que este producto no es desechable, sino más bien es de uso cotidiano, su ciclo de vida es relativamente largo, pero también influye mucho lo que es la moda, lo cual limita un poco su ciclo de vida, por tal motivo la empresa siempre esta en busca de nuevos modelos, diseños y telas, para la producción del bien. Por lo tanto, dependiendo de las exigencias del mercado y de la moda actual, es como se podría determinar el ciclo de vida de la camisa.

El ciclo de vida en el cual se encuentra nuestro producto dentro del mercado meta, es la etapa de crecimiento, ya que en este momento existe una gran diversidad de empresas que se dedican a este ramo de la industria.

A continuación el cuadro siguiente muestra el ciclo de vida de la camisa. Esta grafica depende en mucho de la época ó estación del año y en gran medida de la moda.

Figura 4. Ciclo de Vida del Producto

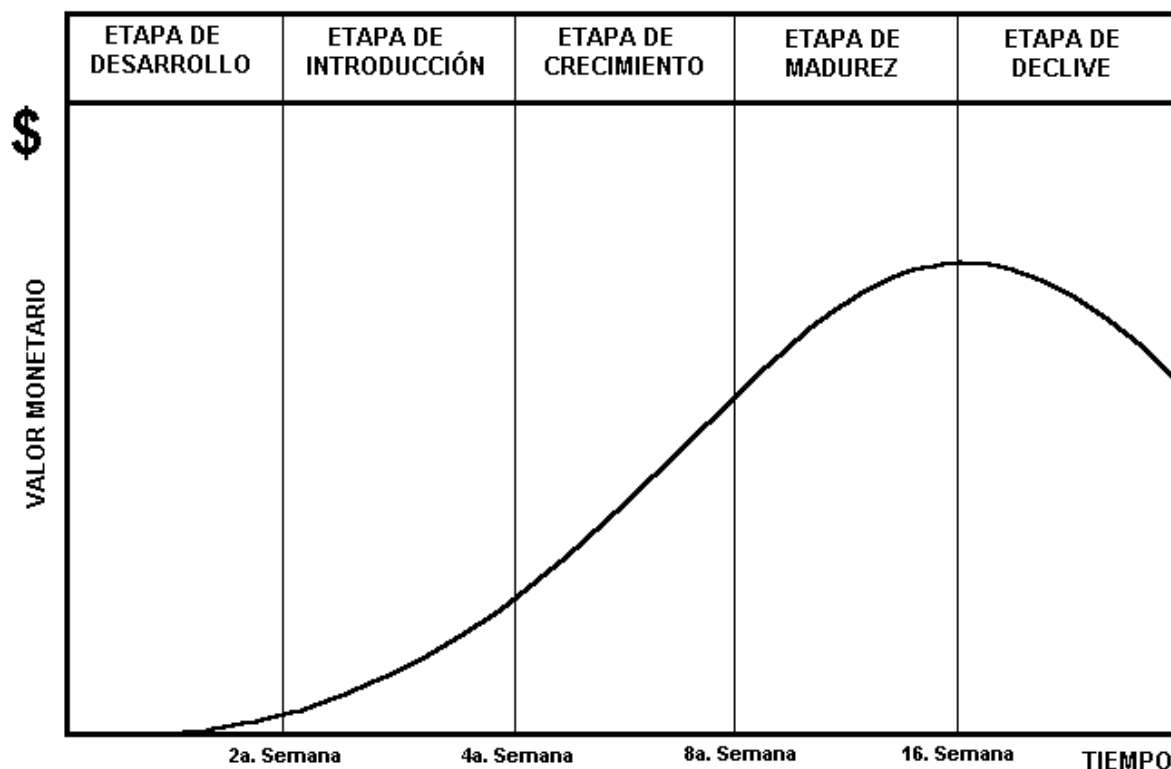


Tabla 19. Gustos del Consumidor

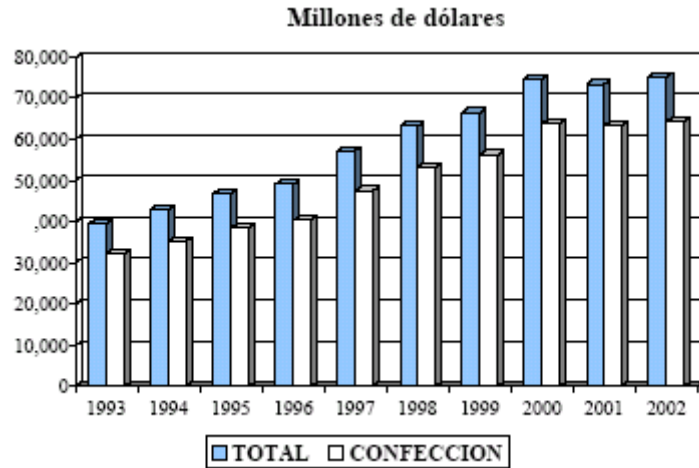
Elegante	La variedad en telas en camisa es importante, considerando principalmente las telas en algodón 100%. La camisa de vestir, considera telas de algodón con poliéster 80/20 en colores blanco, beige y azul en tonos claros. El corte de la camisa es muy importante. Las camisas como la nuestra se encuentran principalmente en tiendas de ropa.
Casual	Se utiliza una mayor variedad de colores y diseños en la camisa, los cuales varían dependiendo de la estación y en gran parte de la moda actual.
Para Jóvenes	Se buscan diferentes combinaciones en telas las cuales van desde algodón, poliéster, lino y seda, se utilizan colores muy llamativos y brillantes.
Calidad	Es de la mayor exigencia. La tela no debe estar rasgada ni manchada. El

	colorido tiene que ser uniforme y debe de estar perfectamente tratada, con el fin de que la camisa no tenga ningún cambio en el tamaño ni en el colorido.
Tamaño	Las tallas que utilizan los americanos van desde la talla 36 a la 44 y los largos de mangas que más se utilizan son 3, 4 y 5.
Envoltura	Cada camisa es empacada con una bolsa individual de polietileno transparente y con un alma de cortoncillo para su buena transportación y presentación; ó solamente con un gancho de plástico para darle forma a la camisa, y la cual debe estar debidamente doblada y planchada. El material debe ser reciclable y elaborado sin sustancias químicas que puedan contaminar el medio ambiente, al momento de desechar la caja. Esta opción de empaque todavía no se tiene contemplado utilizar en los primeros envíos de mercancía.
Empaque	Se empacan 200 camisas en una caja de cartón corrugado. La dureza del cartón de la caja de empaque debe soportar dos estibas de cajas similares y se deben sujetar con película de plástico que no dañe el contenido al momento de su transportación. Y se van a transportar 6 cajas de cartón sobre un pallet.
Etiquetado	Se utilizan diversas etiquetas, las cuales van colocadas en distintas partes de la camisa, así como del empaque; tenemos la etiqueta de tela de marca, etiqueta de tela de talla, etiqueta de tela de instrucciones de lavado, secado y planchado, etiqueta de tela de marca (costado camisa), etiqueta de tela de marca (bolsa de la camisa), etiqueta de cartón plastificado de marca y sellos que van colocados en la bolsa individual de plástico.
Productos Competitivos o Similares	Existe un gran número de empresas mexicanas realizan exportaciones de camisa al mercado norteamericano, pero nuestra principal competencia proviene de países asiáticos tales como China y la India
Productos Complementarios	Un producto tal como las Camisetas interiores de algodón podrían ser un buen complemento para la exportación de camisa, ya que un gran porcentaje de hombres les gusta usar camisetas cuando visten una camisa de vestir ó casual.

6. La Competencia

Como se aprecia en la gráfica, los productos confeccionados representan aproximadamente 85% de las importaciones totales de productos textiles y de la confección que realiza EUA.

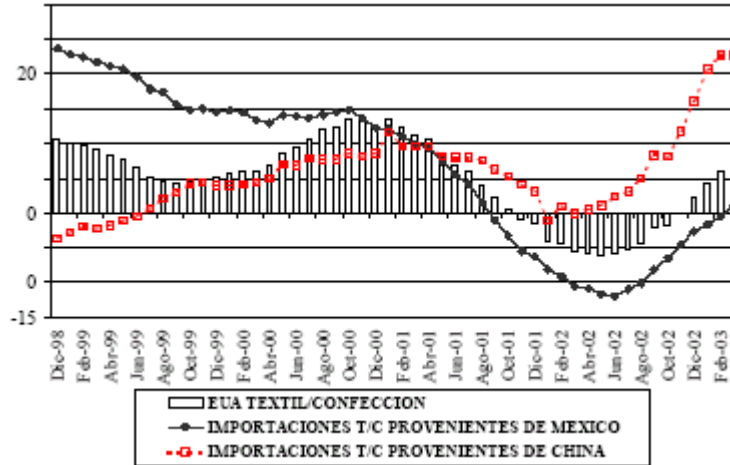
Grafica 1. EUA. Importaciones Productos Textiles y de la Confección



Fuente: Bancomext

En el caso de México, sus ventas a EUA disminuyeron a tasas aún mayores que las correspondientes a las importaciones totales de productos textiles y de la confección de EUA. A consecuencia de lo anterior, las importaciones de EUA provenientes de China en este tipo de productos superaron a las importaciones provenientes de México. Esto es, en 2002 China desplazó a México como proveedor líder de la demanda americana de productos textiles y de la confección al colocar un total de 9,589 millones de dólares vs. 9,331 millones de México.

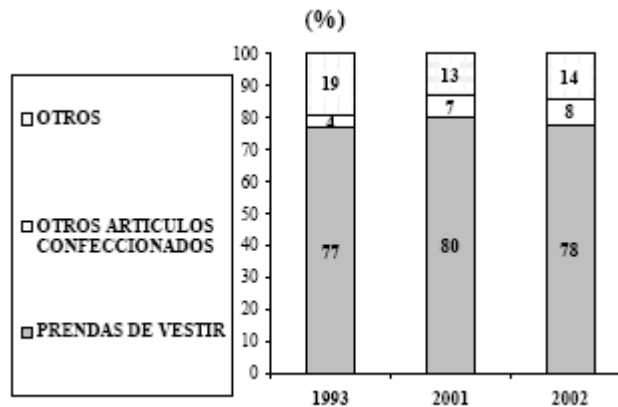
Grafica 2. EUA. Importaciones Textil/Confección, UDM Variación Anual (%)



Fuente: Bancomext

Las importaciones americanas de productos textiles y de la confección se concentran en prendas confeccionadas. De hecho, a partir de la entrada en vigor del TLCAN, la dependencia del exterior para satisfacer la demanda de prendas confeccionadas aumentó.

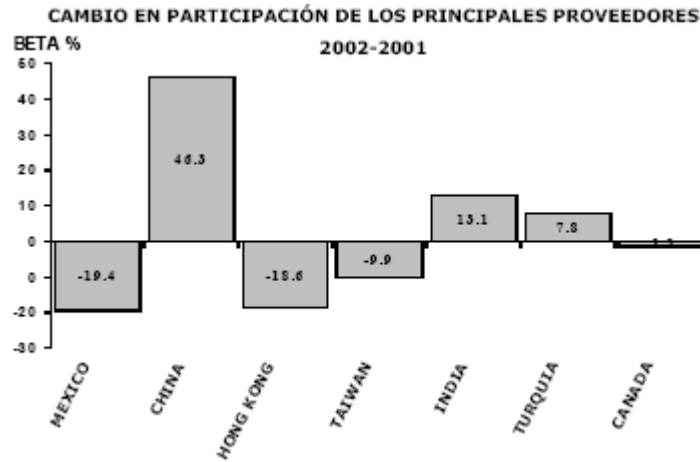
Grafica 3. EUA. Estructura de las Importaciones
Productos Textiles y de la Confección



Fuente: Bancomext

A nivel sectorial, entre 1998 y 2001 México desplazó a China como el principal proveedor de las compras externas que realiza EUA de productos textiles y de la confección. Sin embargo, al término del 2002, debido a la mayor ganancia en participación que obtuvo frente al resto de sus competidores, China desplazó a México como proveedor líder.

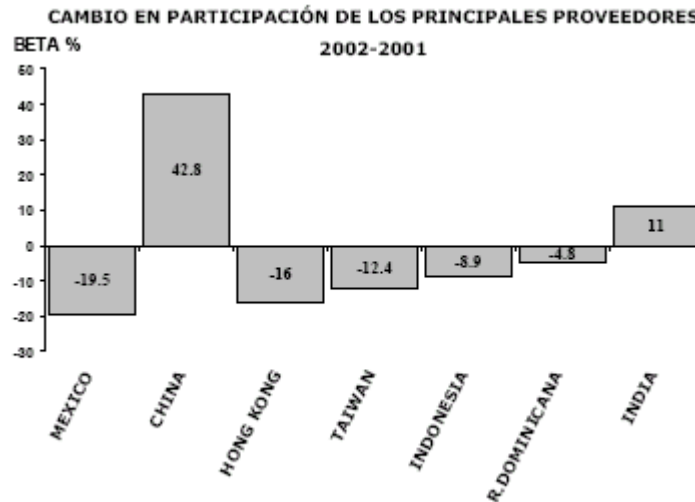
Grafica 4. EUA. Importaciones Totales Productos Textiles y de la Confección



Fuente: Bancomext

En prendas confeccionadas, al término del 2002, México perdió su posición como proveedor líder de EUA al ser desplazado por China. En efecto, la participación de México cayó de 13.7% en 2001 a 13% en 2002, mientras que China pasó de 12% a 13.6% en los mismos años.

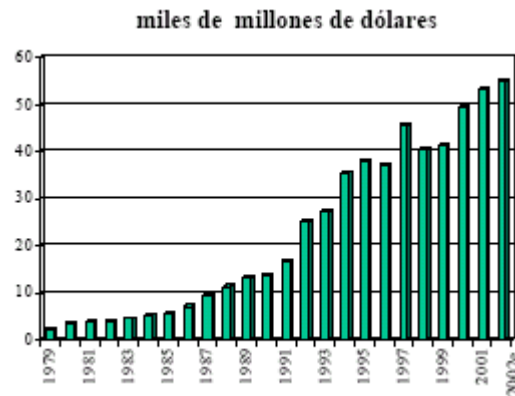
Grafica 5. EUA. Importaciones Totales Prendas Confeccionadas



Fuente: Bancomext

Con base a lo anterior, China se ha convertido en el mayor exportador mundial de productos textiles y confeccionados. Llegar a ocupar esta posición ha sido resultado de la reestructuración total de este sector, fomentando el desarrollo de empresas privadas, principalmente de propiedad extranjera y, al mismo tiempo, dejando de favorecer a las empresas de propiedad estatal.

Grafica 6. China. Exportaciones Productos Textiles y de la Confección



Fuente: Bancomext

Actualmente, México, China, India y países de la Cuenca del Caribe abastecen alrededor del 44% de las importaciones americanas de prendas confeccionadas. Durante 2002, solamente China e India registraron un crecimiento de sus ventas a EUA (14.6% y 10.2%, respectivamente), mientras que México registró un decrecimiento (-3.7%) y la Cuenca del Caribe se mantuvo prácticamente igual.

Tabla 20. Participación en el Mercado de Prendas

EUA: IMPORTACIONES PRENDAS CONFECCIONADAS millones de dólares					
	1993	2000	2001	2002	(%)
TOTAL CONFECCION	32,209.6	63,788.4	63,430.0	64,408.8	100.0
MEXICO	1,555.5	9,306.6	8,693.4	8,372.0	13.0
CHINA	5,797.0	7,303.3	7,634.2	8,748.6	13.6
INDIA	1,069.3	2,320.6	2,277.6	2,509.1	3.9
CUENCA DEL CARIBE*	3,398.4	8,824.6	8,790.3	8,782.5	13.6

Fuente: Departamento de Comercio de EUA.

*/ Comprende a Honduras, R.Dominicana, El Salvador, Guatemala y Costa Rica.

Tabla 21. Exportaciones de camisa de México a Estados Unidos bajo el marco del TLCAN

Producto seleccionado:

Cap.: 62 Prendas y complementos de vestir excepto los de punto.

Part.: 6205 Camisas para hombres o niños.

Subp.: 620520 - De algodón.

Exportaciones - TLCAN - TLC de América del Norte
Valor acumulado de enero a julio de 2002 en dólares americanos

Año	Exportaciones
2001	53,986,992

Fuente: Secretaría de Economía con datos de Banxico

En la siguiente tabla se enumeran las principales empresas mexicanas que realizan exportaciones de camisa al mercado estadounidense bajo el marco de acción del TLCAN.

Tabla 22. Competidores Mexicanos

1. ALIANZA TEXTIL MANUFACTURERA, S.A. DE C.V.
2. ARAMARK UNIFORM MANUFACTURING DE MÉXICO. S.A. DE C.V.
3. CAMISAS FINAS DE HIDALGO, S.A. DE C.V.
4. CARHARTT DE MÉXICO S. DE R.L. DE C.V.
5. CMS MANUFACTURING, S.A. DE C.V.
6. CONFECCIONES MAZARA, S.A. DE C.V.
7. CONFECOS ROTTERDAM, S.A.
8. CORTE Y COSTURA, S.A. DE C.V.
9. DAN RIVER DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.
10. GRUPO ALFA MODA, S.A. DE C.V.
11. GRUPO CAMPEX, S.A. DE C.V.
12. HIGHLANDER DE AGUASCALIENTES, S.A. DE C.V.
13. IRAFORM, S.A. DE C.V.
14. JEANS DENINMJAL, S.A. DE C.V.
15. PEER, S.A. DE C.V.
16. RKI DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
17. RUIZ VILLEGAS MANUEL JAIME
18. UNIFOMES DE SAN LUIS, S.A. DE C.V.

Fuente: Secretaría de Economía

Las bases sobre las cuales la industria compite en el mercado extranjero seleccionado son las siguientes:

- Precio
- Calidad

- Moda

Factores críticos de éxito en el mercado seleccionado

- Publicidad
- Ventas
- Atención al cliente
- Gustos y preferencias
- Servicio Postventa

La mayoría de los competidores directos son empresas que cuyos productos ya han sido aceptados por los consumidores del mercado y por lo cual va a ser muy difícil poder desplazarlos. Pero la introducción de una nueva marca en camisa a un precio similar, les da a los consumidores una opción más en el momento de su compra

7. Barreras para Ingresar al Mercado

A. Barreras Arancelarias

Las barreras arancelarias como son los aranceles a la importación, tratamientos arancelarios y reglas de origen

Periodo de eliminación de cuotas

Categoría 340/640

Descripción Camisas, no de punto

Periodo de Eliminación (años) 7

Estados Unidos: Niveles arancelarios aplicables a la importación de textiles y prendas de vestir procedentes de México (TLCAN) (%)

F.A	Descripción del Producto	1998 Arancel TLCAN	Arancel NMF	1999 Arancel	2000 Arancel	

62.05	Men's or boys shirts					
62.05.20	of cotton					
62.05.20.99	Other	3.3	20.5	Libre	Libre	

Fuente:

Worldtariff United States, January 1998

Harmonized Tariff Schedule of the United States 1998

TLCAN, Fracciones arancelarias y plazos de desgravación, Estados Unidos

Nota: Para que los productos mexicanos textiles aprovechen la desgravación arancelaria y la eliminación de cuotas, estos deberán cumplir lo siguiente

“Hilo en adelante” La mayoría de los productos textiles y de prendas de vestir deben elaborarse a partir de hilo producido en la región”

B. Barreras No Arancelarias

Las barreras no arancelarias que tiene que cumplir nuestro producto para poder entrar a mercado norteamericano son las siguientes: el etiquetado, las normas técnicas, las normas de seguridad, normas ambientales, tallas y las regulaciones sobre el cuidado de las prendas.

I. Normas de Etiquetado

Las normas de etiquetado se encuentran entre las principales regulaciones no arancelarias impuestas por los países que van a importar mercancías.

Las etiquetas para prendas de vestir deben de proporcionar como mínimo la siguiente información (en idioma Ingles):

- Nombre de los materiales componentes y su porcentaje de contenido
- Información para el cuidado de la prenda (como lavarla, plancharla y secarla)
- La talla en números y letras
- Datos del importador y del fabricante

a) Tallas

No existe una obligación para aplicar estándares de los diferentes países en cuanto a las tallas de las prendas de vestir, es de vital importancia poner una etiqueta con la talla de la misma, con el fin de que el consumidor pueda elegir aquella que cumpla con sus medidas. En algunos casos se usa una etiqueta colgante para describir la talla, en otros, va impresa en una etiqueta de tela adherida al producto.

El uso de tallas en las prendas de vestir agiliza el proceso de comercialización y venta de los mismos.

Entre las principales ventajas del uso de tallas en las prendas de vestir, son los siguientes:

1. Para los Consumidores
 - a. Reduce la frustración y pérdida de tiempo de probar innecesariamente prendas de vestir para encontrar la que mejor ajuste al cuerpo.
 - b. Facilita las compras por teléfono y catalogo
 - c. Facilita la adquisición de ropa por terceras personas
2. En la Comercialización
 - a. Reduce el número de prendas devueltas por pobre desempeño
 - b. Incrementa la eficiencia en la comercialización
 - c. Reduce el desgaste de las prendas al ser probadas en diversas ocasiones
3. En la Producción e Importación
 - a. Facilita el desarrollo de patrones que aseguren el ajuste esperado de las prendas
 - b. Permite la especialización por producto y segmento de mercado
 - c. Agiliza el proceso de importación

Tabla 23. Medidas ó Tallas de camisas

Español	Siglas	Ingles	Siglas
Chica	Ch.	Small	S.
Mediana	M.	Médium	M.
Grande	G.	Large	L.

Extra grande	EX.	Extra large	XL.
--------------	-----	-------------	-----

b) Norma ISO sobre Prendas de Vestir

ISO 3636:1977 Designación de las tallas de las prendas de vestir. Prendas exteriores para hombres y niños

Fuente: <http://www.europa.eu.int>

Nota: Las Normas ISO no son de Carácter Oficial

II. Normas Técnicas

En el sector textil y prendas de vestir interesa particularmente el comportamiento de las telas al quemarse.

También la fabricación y elaboración de productos textiles repercute en el medio ambiente ya que la industria utiliza materias primas y técnicas que producen emisiones tóxicas y desechos, lo que afecta a la pureza del aire, la tierra y el agua.

El Instituto Nacional Norteamericano de Normalización (American National Standards Institute, ANSI) se limita a establecer las normas generales a que han de ajustarse quienes elaboran las normas particulares.

a) Normas de Seguridad

1) Regulaciones de Inflamabilidad

En Estados Unidos cualquier prenda de vestir, ó materiales textiles utilizados en edificios, oficinas, hospitales, hoteles, etc., así como cualquier tejido ó material relacionado que sea para uso ó que pueda ser usado en prendas de vestir, no puede ser importado si no cumple con una norma de inflamabilidad

Esta norma es expedida bajo la sección 4 de la Ley de Tejidos Inflamables (Flammable Fabrics Act, FFA), que es administrada por la Comisión para la Seguridad de Productos de Consumo (Consumer Products Safety Comisión, CPSC)

Las disposiciones de la FFA se aplican a los productos manufacturados en los Estados Unidos, así como también a los productos importados.

2) Compromiso de los Importadores

La FFA exige en algunos casos que los importadores ó comercializadores de productos textiles ó prendas de vestir, residentes en los Estados Unidos, tienen que presentar un formato de garantía, en el que cumplen con las normas establecidas en el acta.

Formato General

<p>“The undersigned hereby guarantees that reasonable and representative tests, made in accordance with procedures prescribed and applicable standards or regulations issued, amended, or continued in effect under the Flammable Fabrics Act, as amended, show that the product, fabric, or related material covered and identified by, and in the form delivered under this document conforms to the applicable standards or regulation issued, amended, or continued in effect”</p> <p>Date: _____</p> <p>Name: _____</p> <p>Address: _____</p>
--

Formato de Garantía de Cumplimiento

<p>“Based upon guaranty received, the undersigned hereby guarantees that reasonable and representative tests, made in accordance with procedures prescribed pursuant to the Flammable Act, as amended, show that the product, fabric, or related material covered and identified by, and in the form delivered under this document conforms to the applicable standards or regulations issued, amended, or continued in effect”</p> <p>Date: _____</p> <p>Name: _____</p> <p>Address: _____</p>

3) Clasificación de los materiales por su Inflamabilidad

Las normas de la FFA, establecen métodos de pruebas para determinar los grados de riesgo de inflamabilidad de los productos susceptibles de ignición.

Para ello se aplican estas pruebas a muestras previamente determinadas de cada material. De acuerdo a los resultados de estas pruebas, existen tres grupos para los materiales con que se fabrica el producto, de acuerdo al grado de ignición que presentan. De esta forma, su clasificación es la siguiente:

Clase 1. “Inflamabilidad Normal”. Se incluyen en este grupo aquellos materiales que cumplen los requerimientos mínimos de inflamabilidad establecidos por las normas. Los materiales clasificados en este son “generalmente aceptados para su comercialización en los Estados Unidos”.

Normalmente estos materiales presentan un tiempo de expansión ó difusión de la flama, mayor a 7 segundos

Clase 2 “Inflamabilidad Intermedia” En este grupo se incluyen aquellos materiales que tienen características de inflamabilidad entre el grupo 1 y el 3, es decir, entre una normal e intensa inflamabilidad.

En las pruebas aplicables a estos materiales, es tiempo de expansión de la flama es de entre 4 y 7 segundos.

Clase 3 “Inflamabilidad Rápida e Intensa” En este grupo se encuentran aquellos materiales que se consideran altamente inflamables y, por tanto, no son aceptados para utilizarse en la fabricación de productos de uso domestico, tales como ropa y ropaje de cama, entre otros.

En las pruebas a que son sometidos estos materiales, el tiempo de expansión de la flama es menor a 4 segundos

4) Métodos de Prueba

Los métodos generales para realizar las pruebas de acuerdo a las normas de la Consumer Products Safety Comision (CPSC) aplicables a los materiales y textiles utilizados en la ropa, se describen a continuación:

Normalmente se utilizan para cada prueba, 5 muestras de cada material, con medidas aproximadas a 2 x 6 pulgadas.

Si en la prueba inicial las muestras no arden, ó si su inflamabilidad es mínima, contienen alguna sustancia que retarde la ignición, entonces se procede a un método de lavado en seco, para posteriormente volver a ser sujetos de las pruebas.

5) Instrumentos de Prueba

Para la realización de estas pruebas, se utiliza un aparato que consiste en una cámara que incluye un elemento de ignición y un contador de tiempo.

b) Normas Ambientales

A principios de los ochenta, las consideraciones ambientales han ido asumiendo creciente importancia para los productores, distribuidores y consumidores

En casi todos los países industrializados se ha registrado una evolución acelerada de la legislación relativa al medio ambiente. Esto trae sin duda repercusiones en los productos de textiles y prendas de vestir para los exportadores mexicanos que comercializan en el extranjero.

La legislación sobre aspectos específicamente relacionados con el sector textil y de prendas de vestir está principalmente enfocada al etiquetado ecológico, a la auditoria ambiental y a la gestión y residuos (incluidos los envases y los residuos de envases).

c) Regulaciones Sobre el Cuidado de las Prendas

El requerimiento de etiquetado para el cuidado de las prendas tiene dos metas

- Ayuda al consumidor para hacer sus compras textiles y prendas de vestir dependiendo del método de cuidado. Algunos consumidores prefieren la conveniencia del lavado en seco en tintorerías, otros el lavado en lavadora.
- El etiquetado para el cuidado de las prendas asegura que el consumidor conoce como limpiar sus prendas con seguridad para que estas retengan su apariencia y colorido durante el tiempo.

En Estados Unidos la Federal Trade Comisión (FTC) Comisión de Comercio Federal, creó la regla de etiquetado para el cuidado de las prendas, la cual requiere que los productores nacionales y los extranjeros etiqueten sus prendas con instrucciones con al menos un método de limpieza seguro.

El sistema de símbolos para el cuidado de las prendas como fue diseñado por la ASTM y aprobado por la FTC, se basa en los cinco símbolos básicos, los cuales representan las cinco operaciones de cuidado. Estos son:

- Cubeta, para el lavado en agua
- Triangulo, para el uso de blanqueadores
- Cuadro, para el secado
- Plancha, para el planchado
- Circulo para la limpieza en seco

Sólo un método de limpieza es requerido en la etiqueta del cuidado de la prenda generalmente, lavado en agua ó limpieza en seco.

Además, el símbolo X se superpone sobre cualquier símbolo cuando haya evidencia que si se usa ese proceso, este podrá dañar la prenda

Para representar adecuadamente el proceso de limpieza, al menos cuatro símbolos se deberán usar en el siguiente orden: lavado, blanqueado, secado y planchado

Símbolos adicionales ó palabras se pueden usar dentro ó debajo de cada símbolo básico cuando sea necesario definir con mayor propiedad las instrucciones de cuidado.

1) Lavado en Agua

La temperatura del agua deberá ser proporcionada si ciertas temperaturas dañan las prendas.

El siguiente sistema de puntos puede ser usado para indicar la temperatura del agua sugerida para el lavado (la letra C indica Grados Centígrados Celsius y la F Fahrenheit)

- Seis puntos = 95 C/200 F
- Cinco puntos = 70 C/160 F
- Cuatro puntos = 60 C/140 F
- Tres puntos = 50 C/120 F
- Dos puntos = 40 C/105 F
- Un punto = 30 C/85 F

La FTC sugiere solo 3 puntos para caliente, dos para templada y uno para tibia / fría

● ● ●
HOT

● ●
WARM

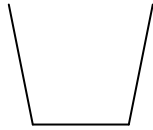
●
COLD/COLL

(50°C / 120°F)

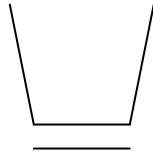
(40°C / 105°F)

(30°C / 85° F)

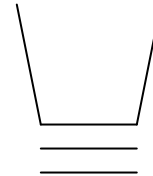
Para lavadoras con ciclos de lavado, se sugiere subrayar una vez la cubeta para el ciclo de lavado permanente y subrayar 2 veces para el ciclo de lavado delicado



NORMAL



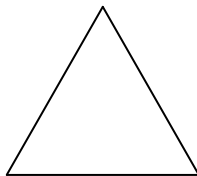
PERMANENT
PRESS / WRINKLE
RESISTANT



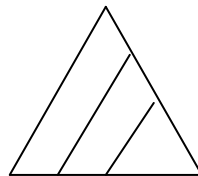
GENTLE / DELICATE

2) Blanqueado

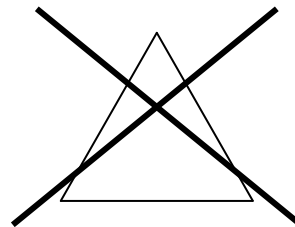
El Triangulo significa que cualquier blanqueador puede usarse con seguridad. Si el blanqueador con cloro no puede usarse, se deberá marcar con líneas diagonales en el triangulo y si no puede usarse ningún blanqueador, se deberá cruzar con una X



ANY BLEACH
(WHEN HANDED)



ONLY – CHLORING BLEACH
(WHEN NEEDED)



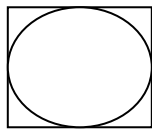
DO NOT BLEACH

3) Secado

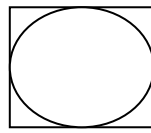
Si la prenda esta diseñada para secadora, se requiere un círculo dentro del cuadrado, subrayar una vez para secado permanente y dos para el ciclo delicado



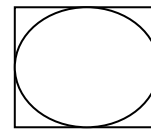
DRY



NORMAL



PERMANENT
PRESS / WRINKLE
RESISTANT

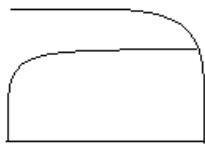


GENTLE /
DELICATE

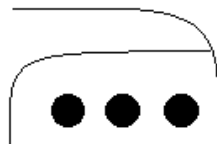
4) Planchado

También aquí se usa el sistema de puntos para indicar la temperatura

- Tres puntos = Alta
- Dos puntos = Mediana
- Un punto = Baja



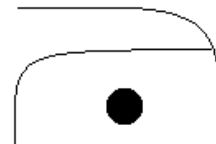
IRON



HIGH

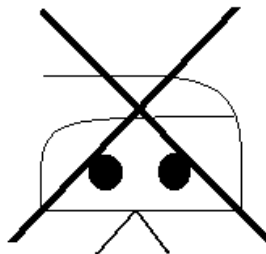
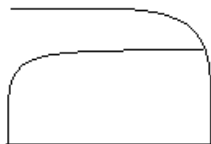


MEDIUM



LOW

Para el rociado ó no de la plancha, se indica:



C. Eliminación de las Barreras

Planeamos eliminar cualquier barrera no arancelaria, mediante el cumplimiento de todas las reglas y normas que se impongan a la importación de nuestro producto en el mercado meta



Operaciones

SECCIÓN IV. OPERACIONES

1. Consideraciones Internacionales

A. Actividades del Desarrollo del Mercado

Los agentes de ventas son los encargados de abrir nuevos mercados y contactar a los posibles clientes para nuestro producto, tal como lo han venido haciendo estos últimos años, incursionando en varios estados de nuestro país. Sin embargo no cuentan con ninguna experiencia en el campo de los mercados internacionales. Esto se debe principalmente a que hasta este momento no se había presentado la oportunidad de poder realizar alguna operación comercial con el extranjero, además que esto implica nuevos retos para nuestro equipo de ventas, tal como lo es: el transporte, los tramites y documentos de exportación, impuestos y derechos, pero sobre todo la barrera de idioma.

Es por esto que buscamos la asesoría y el apoyo de instituciones de comercio exterior, como lo es el Banco de Comercio Exterior (BANCOMEXT) y la Secretaría de Economía.

El Plan de ventas y promoción de nuestro producto para el mercado estadounidense será elaborado por nuestro equipo de vendedores, junto con el dueño de la empresa, los cuales cuentan con la experiencia necesaria para poder incursionar a nuevos mercados donde existe una demanda del producto. Además, como ya habíamos mencionado anteriormente contarán con el apoyo de asesores de comercio exterior que les informen de los requerimientos necesarios para poder ingresar al mercado norteamericano.

La promoción del producto y de la misma empresa se realizara por medio de la asistencia de la misma en Ferias Internacionales y Misiones Comerciales.

La selección de nuestros posibles distribuidores y/o clientes se hará de acuerdo a su posicionamiento en el mercado meta, pero sobre todo por su capacidad de compra y venta del bien.

B. Transporte

Bancomext por medio de sus asesores y documentos técnicos nos brindaran consejos sobre el tipo de empaque y embalaje que debemos utilizar para la transportación de nuestro producto, así como también de su distribución y venta.

Para el servicio de transporte tanto nacional como internacional de la mercancía se buscaran los servicios de empresas dedicadas a este tipo de trabajo.

El Término de Comercio Internacional (INCOTERM - International Commerce Term) que se tiene planeado utilizar es el DAF (Delivered At Frontier) versión 2000.

Significa que el vendedor (exportador) cumple sus obligaciones cuando la mercancía está disponible y se ha tramitado su exportación en el punto asignado en la frontera. El término frontera puede ser usado tanto para la frontera del país importador ó incluso la del exportador. La mercancía debe de entregarse no-descargada antes del despacho de importación pero si las partes lo desean, el vendedor puede ser responsable de los riesgos y costos de la descarga / desestiba de la mercancía del transporte, siempre y cuando se indique claramente en el contrato de compra – venta. El término se aplica únicamente cuando la mercancía se transporta por ferrocarril ó carretera.

Para uso se recomienda que se especifique el lugar indicado ó convenido para la entrega de la mercancía.

Nota: El vendedor (exportador) entrega la mercancía en la frontera y hace el despacho aduanal de exportación pero no el de importación.

C. Documentación de Exportación

Bancomext por medio de su oficina en los Ángeles California, nos mantendrá informados sobre los aspectos arancelarios como no arancelarios de nuestro producto en el mercado americano.

Responsable de la Oficina	Herminio Hernández Ramírez
Dirección	350 South Figueroa St. World Trade Center 296 Los Angeles, California 90071, USA.
Teléfono	213-6-28-12-20
Fax	213-6-28-84-66
Área	Oregon, Utah, Arizona, California, Hawaii, Nevada, Idaho
E-mail Consejería	cc-los.angeles@bancomext.gob.mx

I. Tramites de exportación

- Elaboración del pedimento de exportación por medio del agente aduanal, que será el representante legítimo y solidario del exportador para tramitar el desaduanamiento de la mercancía de exportación (Anexo 5).
- Pago del DTA
- El embarque pasa al área de inspección del sistema aleatorio (semáforo fiscal), en caso de luz verde, hay desaduanamiento libre, en caso de luz roja, habrá inspección física de la mercancía

II. Documentos de exportación

- Factura Comercial
- Certificado de Origen TLCAN (Anexo 2)
- Pedimento de Exportación
- Carta de Encomienda
- Carta de Instrucciones
- Documento de Embarque
 - Carta de Porte (Auto transporte)
- Póliza de Seguro de Transporte y Mercancía
- Lista de Empaque

III. Tramites de Importación

- Presentación de documentos
- Declaración de despacho
- Inspección del cargamento
- Firma del manifiesto de despacho (Entry Manifest)

Nota: El Dueño de la empresa junto con un asesor de comercio exterior serán los encargados de obtener y evaluar cotizaciones sobre fletes y seguros.

D. Contactos y Relaciones Personales en el Extranjero

En este momento la empresa no cuenta con ningún contacto personal con clientes del extranjero. Pero cuentan con las habilidades y medios necesarios para poder iniciar relaciones de esta índole con propietarios y directivos de empresas en el país seleccionado. Esto con el propósito de establecer actividades comerciales conjuntas. Esto lo lograremos a través de la asistencia de las Conserjerías Comerciales que tiene México en Estados Unidos y por medio del Sistema de Búsqueda de Clientes que tiene Bancomext, llamado EXPORTANET, esto con la finalidad de contactar directamente a posibles clientes potenciales.

2. Estrategia de Comercialización

A. Empaque

Durantes los últimos años de comercialización de la camisa, el empaque ha consistido solamente en un gancho y una bolsa de plástico cubre polvo, ya que hasta ahora esta ha sido la forma más comercial de la distribución y venta de la mercancía dentro y fuera del estado de Puebla.

El primer envío de mercancía al extranjero se hará con este tipo de empaque y se va a determinar la posibilidad de cambiar el empaque por un alma de cartoncillo y plástico

para la camisa, con la finalidad de darle una mejor presentación a la misma, en los posteriores envíos. También se analizara los costos de tales cambios que se tienen que implementar para el empaque.

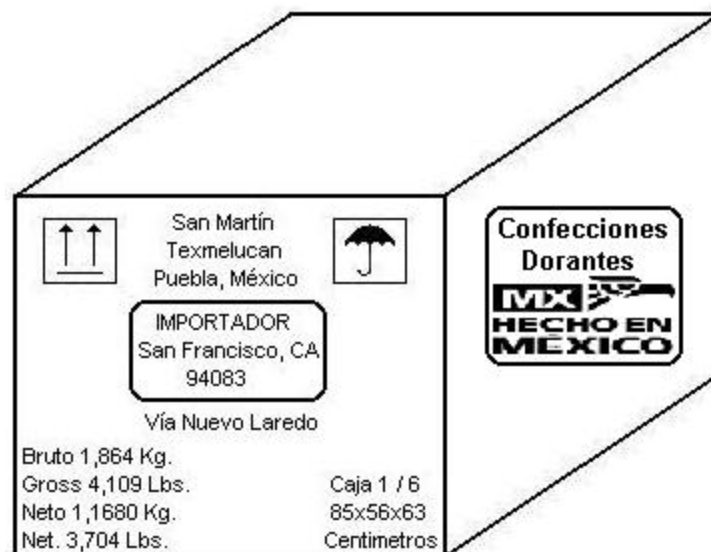
La camisa esta confeccionada con tela fabricada en su totalidad en la región de Norteamérica, al igual que el empaque y embalaje de la camisa y cada uno de los accesorios se utilizan para confeccionar la prenda.

B. Embalaje

I. Marcado del Embalaje

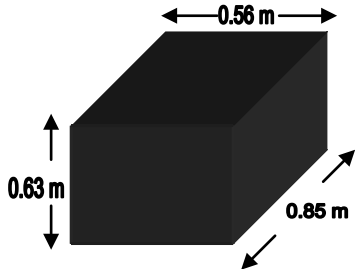
- Nombre del Exportador
- País de Origen
- Marcas de Manejo
- Frontera de Entrada – Salida
- Nombre del Importador
- Número del Paquete
- Tamaño de la Caja
- Marcas de Peso

Figura 6. Marcado del Embalaje

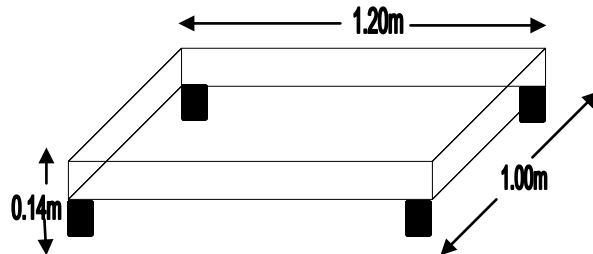


II. Paletización

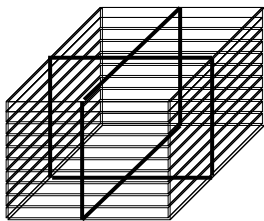
Caja
Largo 0.85 metros
Ancho 0.56 metros
Alto 0.63 metros
Peso 5 Kg.



Pallet
Largo 1.20 metros
Ancho 1.00 metros
Alto 0.14 metros
Peso 16 Kg.



200 Camisas por caja
70 Kg. de camisa + 5 Kg. de caja = 75 Kg.



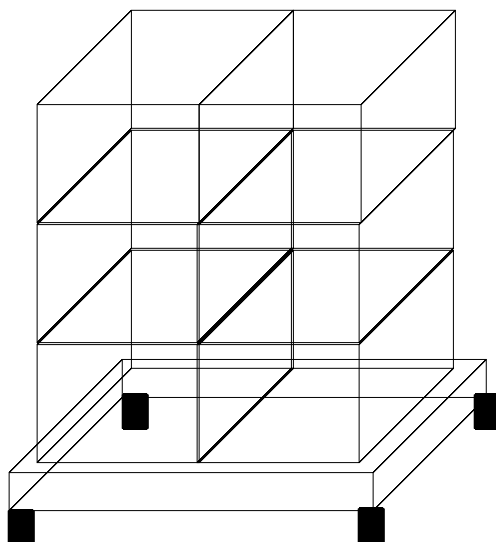
El Pallet puede tener hasta 4 estibas dependiendo del tamaño del contenedor

Transporte Terrestre y Marítimo

Pallet con 3 Estibas

420 Kg. de camisa + 30 Kg. de caja + 16 Kg. de pallet = 466 Kg.

1,200 camisas por pallet



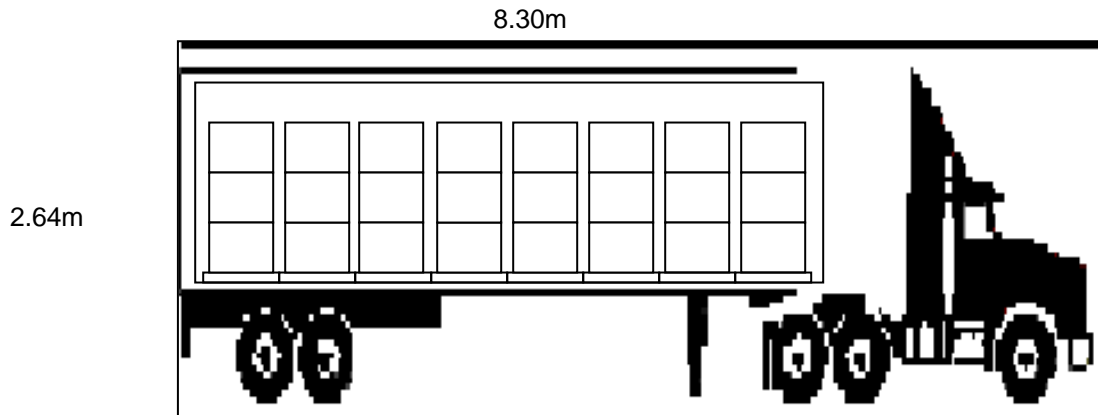
III. Contenerización

Trailer de 28''

Largo: 8.30 metros

Ancho: 2.54 metros

Alto: 2.64 metros



C. Proceso Logístico

Origen: San Martín, Texmelucan, Puebla, México, PU 72100

Destino: San Francisco, California, Estados Unidos, CA 94083

Descripción: Camisas

Fracción Arancelaria: 62.05.20.99

Cantidad: 4 Pallets (9.744m³)

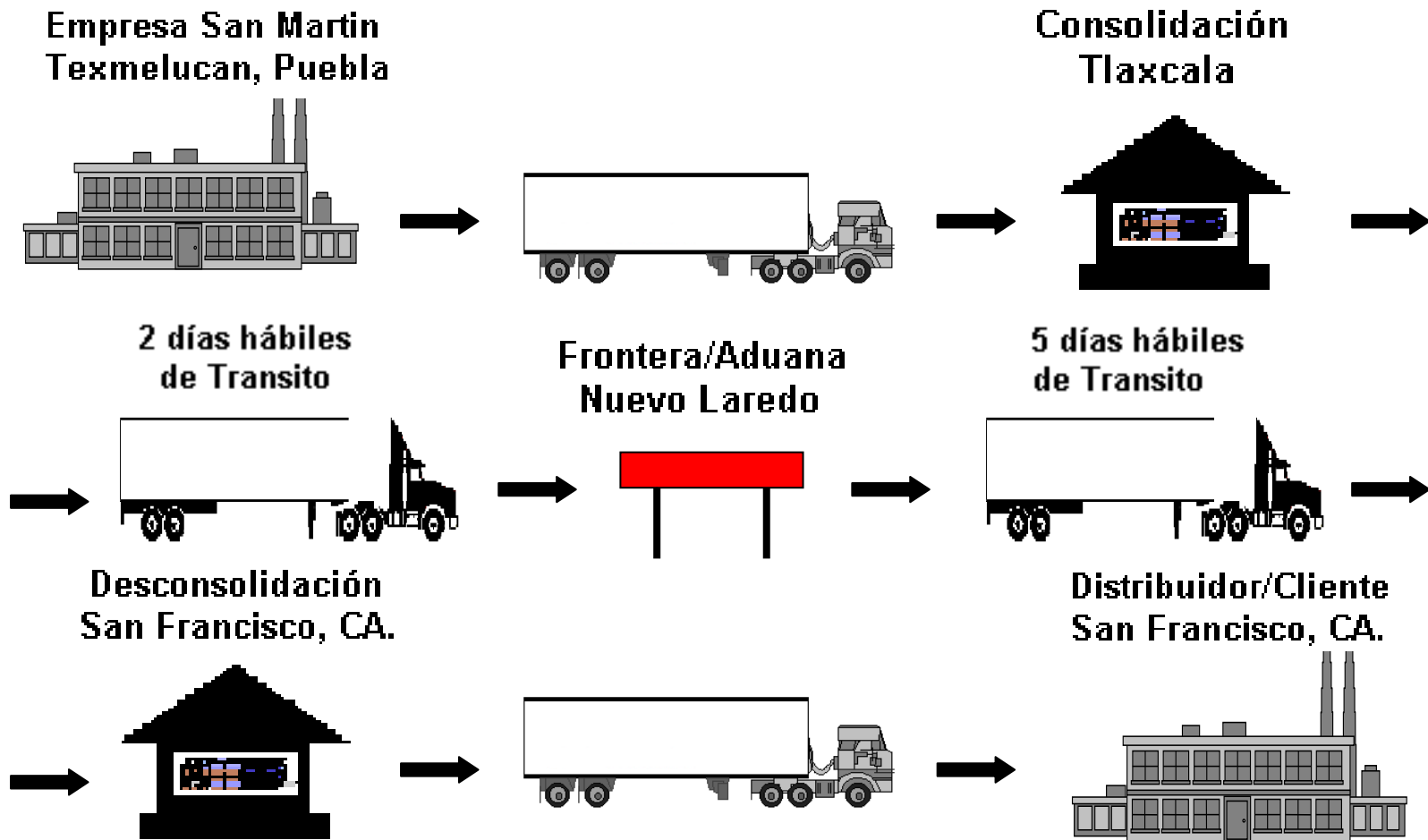
Peso Total: 4109 Libras (1864 KG)

Tiempo de Transito Estimado

- Puebla – Nuevo Laredo: 2 días hábiles
- Nuevo Laredo – San Francisco, CA: 5 días hábiles

Condiciones LTL

Flujo de Transporte Terrestre



D. Precio

Por medio del método de Pricing se va a determinar el precio de la camisa con el cual se va a negociar con nuestros posibles clientes en el extranjero.

Se va a tratar, que el precio de la camisa al momento de entrar al territorio norteamericano sea el más bajo posible, para poder así ganar rápidamente una parte del mercado y posteriormente ir incrementándolo paulatinamente. La estrategia de precios utilizada es similar a la empleada por nuestros competidores.

Con el propósito de que nuestro producto pueda mantenerse dentro del mercado meta, es necesario cumplir con las reglas de origen que marca el Tratado de Libre Comercio con Norteamérica (TLCAN o NAFTA); y esto lo vamos a lograr mediante la adquisición de materia prima e insumos que sean producidos en la región, es decir, México, Estados Unidos y Canadá, además de contar con una mano de obra para la producción del bien, totalmente mexicana, y de esta manera contribuir al empleo y al crecimiento de la economía mexicana.

Otro factor importante, es mantener siempre un contacto directo con nuestros clientes para que de esta forma, nos den a conocer sus gustos y demandas, para que así la empresa este al tanto de las mismas y además estar en posición de poder satisfacerlas.

También hay que contar con un estrecho contacto con nuestros proveedores, con el fin de poder adquirir las mejores telas y demás insumos para la producción de la camisa al mejor precio y con la mejor calidad.

Además hay que estar en búsqueda continua de más clientes, que se encarguen de comercializar nuestro producto con el fin de darlo a conocer, además de que una vez que hayamos introducido con éxito la camisa, la empresa empezara a realizar una pequeña campaña de promoción, con el propósito de darle reconocimiento tanto al producto como a la marca y a la empresa misma.

A continuación en la siguiente tabla se muestra el costo de todos y cada uno de los insumos de la camisa, hasta llegar al precio EX Works tanto con, como sin embalaje de exportación.

Tabla 24. Costo de la Camisa

Concepto	Valor en Moneda Nacional		Precio Total
	Precio Unit.		
Tela	\$36.75	\$44,100.00	\$176,400.00
Entretela (Pellon)	\$1.00	\$1,200.00	\$4,800.00
Etiqueta de tela de marca de bata	\$0.70	\$840.00	\$3,360.00
Etiqueta de tela de marca de bolsa	\$0.50	\$600.00	\$2,400.00
Etiqueta de tela de talla	\$0.35	\$420.00	\$1,680.00
Etiqueta de tela de instrucciones de lavado, secado y planchado	\$0.70	\$840.00	\$3,360.00
Etiqueta de Cartón de marca	\$0.70	\$840.00	\$3,360.00
Botón	\$0.60	\$720.00	\$2,880.00
Gancho de Plástico	\$0.60	\$720.00	\$2,880.00
Bolsa de Plástico cubre polvo	\$0.30	\$360.00	\$1,440.00
Alfiler	\$0.15	\$180.00	\$720.00
Trazo	\$0.50	\$600.00	\$2,400.00
Tendido	\$0.50	\$600.00	\$2,400.00
Corte	\$0.50	\$600.00	\$2,400.00
Maquila	\$15.00	\$18,000.00	\$72,000.00
Gastos de Producción	\$1.00	\$1,200.00	\$4,800.00
Gastos de Administración	\$1.00	\$1,200.00	\$4,800.00
Gastos de Venta o Comercialización	\$2.00	\$2,400.00	\$9,600.00
Costo Total	\$62.85	\$75,420.00	\$301,680.00
Margen de Utilidad	\$9.43	\$11,313.00	\$45,252.00
Ex Works (sin embalaje de exportación)	\$72.28	\$86,736.00	\$346,944.00
Embalaje de Exportación	\$1.00	\$1,200.00	\$4,800.00
Marcas, Números y Etiquetas	\$0.50	\$600.00	\$2,400.00
Ex Works (con embalaje de exportación terrestre)	\$73.78	\$88,536.00	\$354,144.00
		1200 Camisa	4800 Camisa

Tabla 25. Embalaje de Exportación

Embalaje de Exportación Terrestre		
1	Pallet	\$300.00
6	Cajas	\$150.00
8	Esquineros	\$80.00
	Película Estirable	\$80.00
	Papel	\$50.00
	Fleje	\$80.00
	Sueldos	\$460.00
	Total Embalaje	\$1,200.00
	Marcas, Núm. y Etq.	\$370.00
	Sueldos	\$230.00
	Total Marcas y Núm.	\$600.00

Tabla 26. Pricing

Hoja de Costos para Exportación por Vía Terrestre Consolidado		
Gastos en el País de Origen	Contenedor 28'	
CONCEPTO	Valor	Valor
	Pesos	Dólares
PRECIO DE EXPORTACIÓN EN PLANTA		
Precio básico en planta	\$72.28	\$7.23
Embalaje de Exportación	\$1.00	\$0.10
Marcas, Números y Etiquetas	\$0.50	\$0.05
EX WORKS (EN FABRICA)	\$73.78	\$7.38
TRAMITACIÓN DE DOCUMENTOS (Requeridos para exportar)		
Permisos	\$0.00000	\$0.0000000
Autorizaciones	\$0.00000	\$0.0000000
Certificados	\$0.01042	\$0.0010417
Visas	\$0.00000	\$0.0000000
RECOLECCIÓN Y ACARREO		
Maniobras de carga a la unidad de transporte	\$0.05208	\$0.0052083
DERECHOS E IMPUESTOS		
Impuesto de exportación	\$0.00000	\$0.0000000
Derecho de Trámite Aduanero	\$0.03583	\$0.0035833
Prevalidación	\$0.03354	\$0.0033542
DESPACHO ADUANAL		
Honorarios de Agente Aduanal	\$0.15625	\$0.0156250
Gastos Complementarios	\$0.16667	\$0.0166667
Documentación	\$0.15625	\$0.0156250
FREE CARRIER (Franco transportista)	\$74.39104	\$7.4391042
TRANSPORTE INTERNACIONAL		
Flete/Maniobra de carga/descarga de la unidad de transporte a recinto fiscal	\$2.97917	\$0.2979167
CARRIED PAID TO (Transporte pagado hasta)	\$77.37021	\$7.73702
TRANSPORTE		
Maniobras de traslado de Aduana de Exportación a Aduana de Importación	\$0.20833	\$0.0208333
DELIVERED AT FRONTIER (Entregada en frontera de Nvo. Laredo)	\$77.57854	\$7.75785
Gastos en el país de destino		
DERECHOS E IMPUESTOS		
Arancel de importación	\$0.00000	\$0.0000000
Derechos	\$0.63702	\$0.0637021
Otros impuestos	\$0.10417	\$0.0104167
DESPACHO ADUANAL		
Honorarios de Agente Aduanal	\$0.26042	\$0.0260417
TRANSPORTE INTERNACIONAL		
Maniobras de desaduanamiento de la mercancía	\$0.41667	\$0.0416667
RECOLECCIÓN Y ACARREO EN EL PAÍS DE DESTINO		
Flete de transporte de la estación/terminal a la planta	\$8.72188	\$0.8721875
DELIVERED DUTY PAID (Entregado con impuestos pagados)	\$87.71870	\$8.77187

E. Promoción

El usuario final de nuestro producto ocupa el último lugar en el canal de distribución del mercado meta.

Una alta calidad, un bajo precio, amplia variedad en el producto y un compromiso con el cliente son los principales elementos en el mensaje promocional que quiere manejar la empresa.

La promoción que se tiene planeado utilizar en un futuro, es por medio de cartelones de publicidad en los establecimientos donde pongan en venta nuestra mercancía.

El dueño de la empresa esta consciente de los costos asociados que conllevaría realizar promoción en el mercado meta, por esto el mismo dueño buscará obtener un crédito bancario que le ayude a afrontar estos costos.

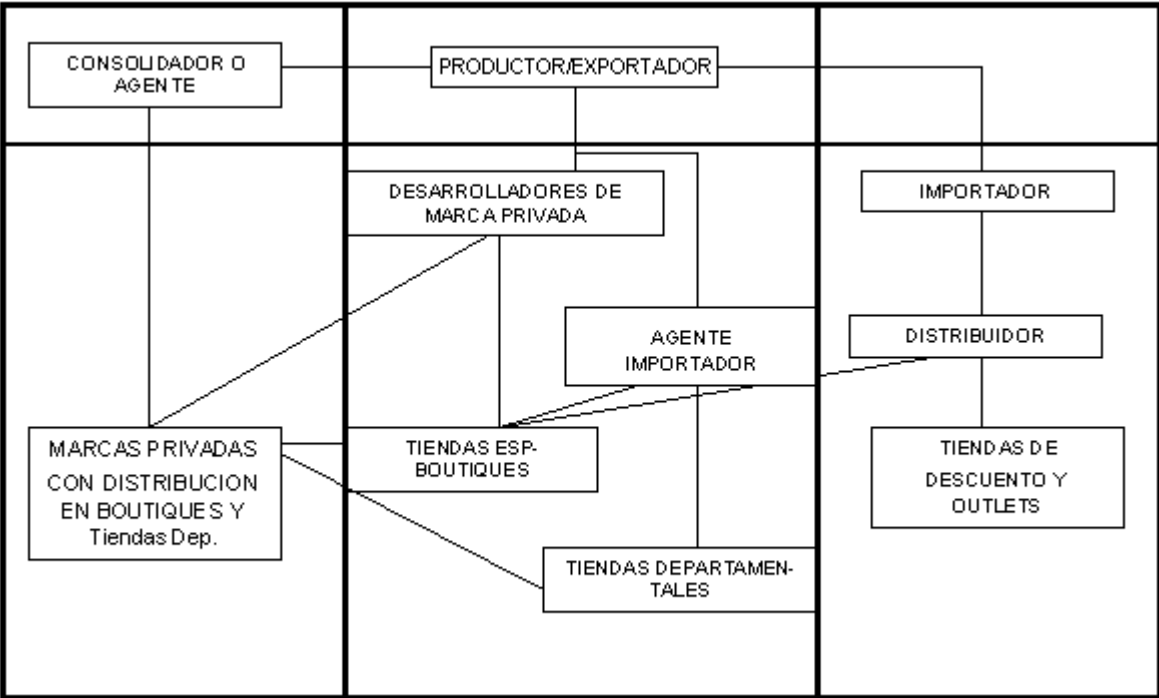
Además la empresa planea utilizar una estrategia de empuje, la cual enfoca sus esfuerzos promocionales hacia los distribuidores. Esto con el objetivo de motivarlos a incluir y promover el producto.

La asistencia a ferias comerciales de índole internacional, resulta de gran relevancia si es que la empresa quiere darse a conocer en el ámbito internacional al igual que su producto.

F. Distribución

En el siguiente grafico se muestran los canales de distribución que se utilizan en el mercado americano.

Figura 7. Canales de Distribución



3. Determinación del Valor de Contenido Regional del Producto

A continuación analizaremos si la camisa cumple con el valor de contenido regional que establece el Tratado de Libre Comercio (TLCAN) que tiene firmado México con Estados Unidos y Canadá, con base en las reglas de origen, contenidas en la Segunda Parte Comercio de Bienes, Capítulo IV del antes citado. Con la finalidad de determinar si el bien es producido en la región y por lo tanto esta sujeto a las preferencias arancelarias que otorga el Tratado.

A. Asignación del Producto

La camisa que se tiene planeado exportar a San Francisco, California, es el Modelo Hawk 001, el cual tiene los siguientes atributos:

- Tela de algodón 100%
- Colores: Azul Marino, Rojo, Negro, Beige, Gris Claro, Blanco, Vino, Manzana, Canario, Hueso

- Tallas: 36, 38, 40 y 42 México ó Small, Médium, Large and Extra Large (Estados Unidos)
- Manga Larga
- Estilo Casual para Caballero

B. Definición

Prenda de vestir de tela, abotonada por delante, con cuello y puños que se usa sobre el cuerpo ó sobre la camiseta.

C. Origen

Todos los insumos utilizados para elaborar la camisa son totalmente mexicanos ó de la región del TLCAN, al igual que el equipo de producción y la mano de obra que se utilizo para su fabricación.

D. Composición del Producto

- Tela
- Entretela (Pellon)
- Etiqueta de tela de marca de bata
- Etiqueta de tela de marca de bolsa
- Etiqueta de tela de talla
- Etiqueta de tela de instrucciones de Lavado, secado y planchado
- Etiqueta de Cartón de marca
- Botón
- Gancho de Plástico
- Bolsa de Plástico cubre polvo
- Alfiler
- Hilo de Algodón

E. Clasificación Arancelaria del Producto

El producto se encuentra en la tarifa general de impuestos generales de importación y Exportación (TIGIE), con la fracción arancelaria siguiente:

- CAMISA PARA HOMBRE O NIÑO DE ALGODÓN: 62.05.20.99

Tabla 27. Clasificación Arancelaria de los Insumos

Concepto	Fracción	Origen
Tela	52.08.11	México
<i>Entretela (pellon)</i>	<i>52.12.11</i>	<i>México</i>
Etiqueta de tela de marca de bata	58.07.10	México
Etiqueta de tela de marca de bolsa	58.07.10	México
Etiqueta de tela de talla	58.07.10	México
Etiqueta de instrucciones cuidado de la prenda	58.07.10	México
Etiqueta de cartón de marca	48.21.10	México
Botón	39.26.20	México
Gancho de plástico	39.26.20	México
Bolsa cubre polvo	39.23.29	México
Alfiler	73.19.20	México
<i>Hilo de Algodón</i>	<i>52.04.11</i>	<i>México</i>

F. Selección del Mercado de Exportación

El mercado al cual pensamos dirigir nuestro producto es San Francisco California, en Estados Unidos de Norteamérica, ya que este país representa un importante nicho de mercado para nuestro producto, además de que en recientes estudios de mercado, realizados por el Banco de Comercio Exterior (BANCOMEXT) demuestran un fuerte interés por las prendas de vestir para caballero tipo casual.

Además como ya habíamos citado en repetidas ocasiones, México cuenta con un Tratado de Libre Comercio con este país, lo cual permite que nuestro producto entre al mercado americano con preferencias arancelarias, siempre y cuando cumpla con su valor de contenido regional.

G. Principales Productos Importados en el Mercado Norteamericano en el 2001

En la siguiente tabla se muestran los principales productos mexicanos exportados al estado de California en Estados Unidos

Tabla 28. Prendas de Vestir Importadas por Estados Unidos

Fracción	Descripción	Valor
611020	Suéteres de Algodón	5,815
620462	Pantalón de Algodón p/mujer	4,706
620342	Pantalón de Algodón p/hombre	4,486
611030	Suéteres de Fibras Sintéticas	3,299
610910	Camisetas Interiores de Algodón	2,828
620520	Camisas de Vestir de Algodón	2,122
621510	Playeras de Punto de Algodón	1,459
620343	Pantalón de Fibra Sintética p/hombre	1,326
621210	Sostenes	1,278
611090	Suéteres de las demás mat. Textiles	1,147

*Cifras en millones de dólares estadounidenses

Fuente: Elaborado por la Consejería Comercial en los Ángeles con datos del U.S. Department of Commerce

. Tal como se muestra en esta tabla, nuestro producto ocupa el sexto lugar en productos exportados al estado de California.

H. Selección de la Regla de Origen

6205.20 a 6205.3014

Nota: Camisas de algodón ó de fibras artificiales ó sintéticas para hombres o niños se considerarán originarias siempre y cuando sean cortadas y ensambladas en territorio de una ó más de las Partes, y si la tela de la parte exterior de la prenda, salvo cuellos y puños, está totalmente hecha de una ó más de las siguientes:

(a) Telas de subpartida 5208.21, 5208.22, 5208.29, 5208.31, 5208.32, 5208.39, 5208.41, 5208.42, 5208.49, 5208.51, 5208.52 ó 5208.59, de número promedio de hilo superior a 135 en la cuenta métrica;

Un cambio a la subpartida 6205.20 a 6205.30 de cualquier otro capítulo, excepto de la partida 51.06 a 51.13, 52.04 a 52.12, 53.07 a 53.08 ó 53.10 a 53.11, Capítulo 54, o partida 55.08 a 55.16, 58.01 a 58.02 ó 60.01 a 60.02, siempre y cuando el bien esté tanto cortado como cosido ó de otra manera ensamblado en territorio de una o más de las Partes.

I. Código de Desgravación

De acuerdo al texto del TLCAN, anexo 300B, apéndice 2.4 menciona que desde el 1 de enero de 1994 se eliminarán los aranceles sobre bienes textiles y del vestido que sean ensamblados en México y que sean exportadas a Estados Unidos de Norteamérica.

J. Valoración de los materiales

En la siguiente Tabla se muestra la clasificación arancelaria, origen y valor de cada uno de los insumos de la camisa.

Tabla 29. Valoración de los Materiales

Concepto	Fracción	Origen	Precio
Tela	52.08.11	México	\$36.75
<i>Entretela (pellon)</i>	<i>52.12.11</i>	<i>México</i>	<i>\$01.00</i>
Etiqueta de tela de marca de bata	58.07.10	México	\$00.70
Etiqueta de tela de marca de bolsa	58.07.10	México	\$00.50
Etiqueta de tela de talla	58.07.10	México	\$00.35
Etiqueta de instrucciones cuidado de la prenda	58.07.10	México	\$00.70
Etiqueta de cartón de marca	48.21.10	México	\$00.70
Botón	39.26.20	México	\$00.60
Gancho de plástico	39.26.20	México	\$00.60
Bolsa cubre polvo	39.23.29	México	\$00.30
Alfiler	73.19.20	México	\$00.15
<i>Hilo de Algodón</i>	<i>52.04.11</i>	<i>México</i>	<i>\$00.30</i>

K. Valoración Por De Minimis

- Valor de Transacción = \$77.58
- Bienes que no pasan la regla de origen
- Hilo de Algodón = \$ 0.30
- Entretela (pellon) = \$ 1.00
- $(1.30 * 100) / 77.58 = 1.67\%$
- Como es menor al 7% por lo tanto si es originario

L. Valor de Contenido Regional

Valor de Transacción = \$77.58

Valor de materiales no originarios = \$0.0

$V.C.R. = (V.T. - V.M.N.) / V.T. * 100$

$V.C.R. = (77.58 - 0.0) / 77.58 * 100$

V.C.R. = 100%

El bien si es originario porque sobrepasa el 60%

M. Rastreo de Materiales

El exportador de la camisa como de los proveedores de tela, hilo, botón, etiqueta y bolsa hacen constar que los materiales son originarios.

Al Final de este proyecto, en el Anexo 1 presentó un escrito por parte de nuestro proveedor de tela, donde manifiesta que la tela es de origen nacional.

4. Consideraciones Sobre el Producto

A. Producción

Por el momento no se ha realizado ningún cambio en la línea de producción de la camisa, ya que las necesidades del mercado meta ó de nuestros compradores aun no lo requieren ó necesitan.

La casi totalidad de nuestra capacidad instalada de producción esta enfocada a atender el mercado domestico y la poca capacidad ociosa que se tiene por ahora será utilizada para cubrir la demanda del mercado americano.

En dado caso que la demanda internacional exceda nuestra capacidad de producción interna, se verá la posibilidad de incrementar nuestra capacidad de producción mediante la compra de equipo de producción y en la contratación de personal, aunque también sé vera la necesidad de realizar “Alianzas Estratégicas” con otras empresas del mismo ramo.

B. Localización

La empresa esta localizada actualmente en San Martín Texmelucan, en el estado de Puebla.

I. Indicadores Básicos del Estado de Puebla

Capital: Puebla

Extensión: 33,919 km²

Municipios: 217

Principales ciudades: Puebla, Tehuacan, Atlixco, San Martín Texmelucan, Cholula, Huauchinango, Teziutlán, Izucar de Matamoros, Xicotepec y Zacatlan

II. Producto Interno Bruto

a) PIB Estatal

Tabla 30. PIB Estatal a precios de 1993 (Millones de pesos)

Año	PIB Puebla	Variación %	PIB Nacional	Variación	% Puebla/Nacional
1996	38,917	9.3%	1,190,075	5.2%	3.27%
1997	42,392	8.9%	1,270,744	6.8%	3.34%
1998	45,173	6.6%	1,334,586	5.0%	3.38%
1999	48,014	6.3%	1,382,935	3.6%	3.47%
2000	50,601	5.4%	1,474,725	6.6%	3.43%
					Fuente: INEGI

b) Sectores

Tabla 31. Los Sectores de mayor participación en el PIB en el 2000 son:

Industria Manufacturera	25.71%
Comercio, restaurantes y hoteles	20.60%
Servicios comunales, sociales y personales	17.12%
Servicios financieros	16.14%
Transporte, almacenaje y comunicaciones	9.73%

c) Ramas

Tabla 32. El sector de la industria manufacturera se vio impulsado en el 2000 por las siguientes ramas principalmente:

Automotriz y Auto partes (Productos metálicos, maquinaria y equipo)	41.66%
Alimentos, bebidas y tabaco	20.63%
Textiles, vestido y Cuero	17.31%
Químico	7.19%

III. Tasa de Desempleo

La tasa de desempleo abierta promedio durante 2001 de Puebla fue de 2.03 por ciento

IV. Inflación

En los últimos años, la Ciudad de Puebla, ha tenido una inflación decreciente pasando de 24.96 por ciento en 1996 a 12.21 por ciento en 1999, inferior en 0.12 por ciento respecto a la nacional, lo cual coloca a Puebla como una de las ciudades con incrementos en precios más bajos del país. Para el año 2001 se registró una inflación de 4.5 por ciento.

V. Balanza Comercial

Al término del año 2001, Puebla tuvo un superávit comercial de 1 mil 742 millones de dólares, lo que la coloca en los primeros lugares de Superávit Comercial del país. En los últimos años, las exportaciones de Puebla han mostrado un crecimiento sostenido. Tan sólo de 1993 a 2001, el monto de exportaciones se ha incrementado de 415 millones de dólares a 5,388 millones de dólares.

En el contexto nacional, las exportaciones de Puebla en 2001 representaron el 3.39 por ciento de las exportaciones totales nacionales y el 2.17 por ciento del total de importaciones, ocupando Puebla el quinto lugar en el total de las exportaciones nacionales.

Asimismo, la participación de las exportaciones poblanas respecto al total nacional se ha incrementado de 0.9 por ciento a 3.39 por ciento para el periodo de 1993 a 2001.

Del total de las exportaciones, el 84.16 por ciento se concentra en el sector automotriz, el 6.36 por ciento en el sector de la confección, el 1.55 por ciento en el sector de muebles, 0.40 por ciento el sector de alimentos y el resto pertenece a otros sectores.

Tabla 33. Balanza Comercial del Estado de Puebla

	1997	1998	1999	2000	2001
Exportaciones	3,649,263,578	4,597,176,684	6,444,738,954	6,149,755,212	5,387,486,303
Importaciones	2,484,599,425	2,809,737,083	3,028,162,485	3,650,925,308	3,645,800,613
Balanza Comercial	1,164,664,153	1,787,439,601	3,416,576,469	2,498,829,904	1,741,685,690

VI. Exportaciones

Tabla 34. Destinos de exportación de los productos poblanos.

Estados Unidos - Canadá	62.6 %
Unión Europea	35.8 %
América Latina	1.1 %
Asia	0.1 %
Otros	0.4 %

VII. Inversión Extranjera Directa

Muestra del desarrollo que ha tenido el estado de Puebla en los últimos años, es el crecimiento de la inversión extranjera directa, la cual en el año 2001 alcanzó los 725 millones de dólares.

El principal inversionista foráneo es Alemania, ocupando un 48 por ciento del total de la inversión extranjera, seguido por Estados Unidos con el 13 por ciento y posteriormente Corea del Sur, cuyas inversiones, principalmente en el sector textil y de la confección, le otorgan un 9 por ciento del total de la misma.

Otros países importantes que han visto con éxito cómo sus inversiones generan frutos en el Estado de Puebla son: Canadá, Inglaterra, Francia, España, Suecia y otros países pertenecientes a la Comunidad Europea.

VIII. Demografía

Población (año 2000): 5,076,686

Tasa Natural de Crecimiento Anual: 2.1 por ciento

En el Estado de Puebla la edad mediana es de 20.02 años lo que indica un elevado porcentaje de gente joven que esta dispuesta a laborar, convirtiendo al estado en una entidad dinámica y productiva gracias a su mano de obra calificada

5. Personal

El Dueño de la empresa va a requerir el apoyo de una persona que se encargue de realizar todas y cada una de las actividades que conlleva realizar operaciones de comercio exterior y lo mantenga al dueño informado sobre el resultado de estas operaciones. Preferentemente se solicitara una persona que tenga una licenciatura en Comercio Internacional.

6. Servicio a Clientes

El servicio a clientes que se planea otorgar, es el de las devoluciones en caso de que la prenda tenga algún defecto ya sea por motivo de su transportación nacional ó proveniente de alguna falla en la línea de producción.



Proyecciones Financieras

SECCIÓN V. PROYECCIONES FINANCIERAS

1. Información Financiera Histórica

Tal como ya lo habíamos mencionado anteriormente en la Sección II de este proyecto, la Empresa “Confecciones Dorantes” lleva 17 años realizando operaciones comerciales dentro del país.

A partir de la presentación de este proyecto la empresa podrá considerar la implementación de este, para llevar a cabo la exportación piloto de 4800 camisas para caballero al mercado de San Francisco California, en Estados Unidos de América.

A continuación muestro los Estados Financieros del último año de operaciones:

Confecciones Dorantes			
Balance General al 31 de Diciembre del 2002			
Activo		Pasivo	
<u>Circulante</u>		<u>Circulante</u>	
Caja	\$150,000.00	Proveedores	\$400,000.00
Bancos	\$110,000.00	Documentos por Pagar	\$80,000.00
Mercancías	\$350,000.00	Acreedores Diversos	\$150,000.00
Clientes	\$230,000.00		\$630,000.00
Documentos por Cobrar	\$65,000.00	<u>Fijo</u>	
Deudores Diversos	\$25,000.00	Hipotecas por Pagar	\$0.00
	\$930,000.00	Documentos por Pagar LP	\$80,000.00
<u>Fijo</u>			\$80,000.00
Terrenos	\$2,050,000.00	<u>Diferido</u>	
Edificios	\$550,000.00	Rentas Cobradas por Ant.	\$0.00
Equipo de Oficina	\$25,000.00	Interés Cobrado por Ant.	\$0.00
Equipo de Computo	\$20,000.00		\$0.00
Equipo de Reparto	\$200,000.00	Capital Contable	\$3,116,000.00
Maquinaria	\$20,000.00		
Depósitos en Garantía	\$2,000.00		
	\$2,867,000.00		
<u>Diferido</u>			
Gastos de Instalación	\$2,000.00		
Papelería y Útiles	\$7,000.00		
Propaganda	\$2,000.00		
Primas de Seguros	\$18,000.00		
	\$29,000.00		
	\$3,826,000.00		\$3,826,000.00

Confecciones Dorantes					
Estado de Resultados del 1 de enero al 31 de diciembre del 2002					
Primera Parte		1	2	3	4
Ventas Totales				\$2,750,000.00	
Menos	Devoluciones sobre Ventas		\$60,000.00		
	Rebajas sobre Ventas		\$150,000.00		
<u>Ventas Netas</u>					\$2,540,000.00
Compras		\$1,800,000.00			
Mas	Gastos de Compra	\$20,000.00			
Compras Totales			\$1,820,000.00		
Menos	Devoluciones sobre Compras				
	Compras	\$230,000.00			
	Rebajas sobre Compras	\$90,000.00			
Compras Netas				\$1,500,000.00	
Mas	Inventario Inicial			\$220,000.00	
Menos	Inventario Final			\$280,000.00	
<u>Costo de lo Vendido</u>					\$1,440,000.00
Utilidad en Ventas					\$1,100,000.00

Confecciones Dorantes					
Estado de Resultados del 1 de enero al 31 de diciembre del 2002					
Segunda Parte		1	2	3	4
<u>Gastos de Venta</u>					
Mas	Sueldo del Personal de Almacén	\$48,000.00			
Mas	Sueldo de Chóferes	\$57,600.00			
Mas	Comisiones de los Agentes	\$135,000.00			
Mas	Propaganda	\$2,000.00			
Mas	Etiquetas, Envolturas y Empaques	\$19,000.00			
Mas	Fletes y Acarreos de las Mercancías	\$25,000.00			
	Gastos de Mantenimiento de Eq.				
Mas	Reparto	\$38,000.00			
Mas	Pago de Luz y Teléfono	\$19,500.00	\$344,100.00		
<u>Gastos de Administración</u>					
Mas	Sueldo del Gerente	\$72,000.00			
Mas	Sueldo del Contador	\$18,000.00			
Mas	Sueldo del Abogado	\$18,000.00			
Mas	Consumo de Papelería y Útiles	\$7,000.00			
Mas	Pago de Luz y Teléfono	\$19,500.00	\$134,500.00	\$478,600.00	
<u>Gastos Financieros</u>					
Mas	Descuentos sobre Ventas	\$105,000.00			
Mas	Documentos a nuestro cargo	\$95,000.00	\$200,000.00		
<u>Productos Financieros</u>					
Mas	Descuentos sobre Compras	\$80,000.00			
Mas	Documentos a nuestro Favor	\$38,000.00	\$118,000.00		
<i>Perdida Financiera</i>				\$82,000.00	
<i>Gastos de Operación</i>					\$560,600.00
<i>Utilidad Bruta</i>					\$1,100,000.00
Utilidad del Ejercicio					\$539,400.00

Integración de los Gastos de Venta, Gastos Administración y Gastos de Producción que se tomaron como base para elaborar las proyecciones financieras junto con el Balance General y el Estado de Resultados.

		Anual	Mensual
		120000	10000
		Unid.	Unid.
<u>Gastos de Venta</u>		\$344,100.00	\$28,675.00
Sueldo del Personal de Almacén	\$48,000.00		
Sueldo de Chóferes	\$57,600.00		
Comisiones de los Agentes	\$135,000.00		
Propaganda	\$2,000.00		
Etiquetas, Envolturas y Empaques	\$19,000.00		
Fletes y Acarreos de las Mercancías	\$25,000.00		
Gastos de Mantenimiento de Eq. Reparto	\$38,000.00		
Pago de Luz y Teléfono	\$19,500.00		
<u>Gastos de Administración</u>		\$134,500.00	\$11,208.33
Sueldo del Gerente	\$72,000.00		
Sueldo del Contador	\$18,000.00		
Sueldo del Abogado	\$18,000.00		
Consumo de Papelería y Útiles	\$7,000.00		
Pago de Luz y Teléfono	\$19,500.00		
<u>Gastos de Producción</u>		\$127,500.00	\$10,625.00
Luz y Teléfono	\$35,000.00		
Sueldo Empleados	\$48,000.00		
Mantenimiento	\$36,000.00		
Otros gastos	\$8,500.00		

2. Proyecciones de Ventas para Cinco Años

Proyección de Ventas								
Año	Cantidad	Inflación USA	Precio	Ingreso	Inflación MEX	Costo	Costo Opera.	Utilidad
1	70800	2.10%	\$77.58	\$5,492,664.00	4.00%	\$68.15	\$4,825,020.00	\$667,644.00
2	80000	2.00%	\$79.13	\$6,330,528.00	3.80%	\$70.74	\$5,659,176.00	\$671,352.00
3	86000	1.80%	\$80.56	\$6,927,813.32	3.50%	\$73.22	\$6,296,540.70	\$631,272.62
4	89600	1.60%	\$81.84	\$7,333,299.84	3.30%	\$75.63	\$6,776,600.67	\$556,699.17
5	93800	1.50%	\$83.07	\$7,792,204.00	3.00%	\$77.90	\$7,307,081.45	\$485,122.55

\$62.85 Costo total
 \$1.50 Embalaje y marcas
 \$3.80 Flete
 \$68.15 Total

A. Proyecciones Financieras del Primer Año por Mes

Presupuesto de Ventas

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Unidades Vendidas	4800	4800	5200	5200	5200	6000	6000	6000	6400	6800	7200	7200	70800
Precio de Venta	\$77.58	\$77.58	\$77.58	\$77.58	\$77.58	\$77.58	\$77.58	\$77.58	\$77.58	\$77.58	\$77.58	\$77.58	\$77.58
Total Vendido	\$372,384.00	\$372,384.00	\$403,416.00	\$403,416.00	\$403,416.00	\$465,480.00	\$465,480.00	\$465,480.00	\$496,512.00	\$527,544.00	\$558,576.00	\$558,576.00	\$5,492,664.00

Presupuesto de Producción

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Unidades Vendidas	4800	4800	5200	5200	5200	6000	6000	6000	6400	6800	7200	7200	70800
Inv. Final Deseado (10%)	480	480	520	520	520	600	600	600	640	680	720	720	720
Unidades Necesarias	5280	5280	5720	5720	5720	6600	6600	6600	7040	7480	7920	7920	71520
Inv. Inicial. Prod. Terminado	1200	480	480	520	520	520	600	600	600	640	680	720	1200
Unid. A Producir	4080	4800	5240	5200	5200	6080	6000	6000	6440	6840	7240	7200	70320

Presupuesto de Materiales

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Unid. A Producir	4080	4800	5240	5200	5200	6080	6000	6000	6440	6840	7240	7200	70320
Nec. Mat. Prima por Unid.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Necesidad Materia Prima	4080	4800	5240	5200	5200	6080	6000	6000	6440	6840	7240	7200	70320
Inv. Final Deseado (10%)	408	480	524	520	520	608	600	600	644	684	724	720	720
Materia Prima Necesaria	4488	5280	5764	5720	5720	6688	6600	6600	7084	7524	7964	7920	71040
Inv. Inicial Materia Prima	1000	408	480	524	520	520	608	600	600	644	684	724	1000
Materia Prima a Comprar	3488	4872	5284	5196	5200	6168	5992	6000	6484	6880	7280	7196	70040
Costo	\$42.35	\$42.35	\$42.35	\$42.35	\$42.35	\$42.35	\$42.35	\$42.35	\$42.35	\$42.35	\$42.35	\$42.35	\$42.35
Total Comprado	\$147,716.80	\$206,329.20	\$223,777.40	\$220,050.60	\$220,220.00	\$261,214.80	\$253,761.20	\$254,100.00	\$274,597.40	\$291,368.00	\$308,308.00	\$304,750.60	\$2,966,194.00

Pagos

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Del Periodo (70%)	\$103,401.76	\$144,430.44	\$156,644.18	\$154,035.42	\$154,154.00	\$182,850.36	\$177,632.84	\$177,870.00	\$192,218.18	\$203,957.60	\$215,815.60	\$213,325.42	\$2,076,335.80
Del Anterior (30%)	\$60,000.00	\$44,315.04	\$61,898.76	\$67,133.22	\$66,015.18	\$66,066.00	\$78,364.44	\$76,128.36	\$76,230.00	\$82,379.22	\$87,410.40	\$92,492.40	\$858,433.02
Total Pagado	\$163,401.76	\$188,745.48	\$218,542.94	\$221,168.64	\$220,169.18	\$248,916.36	\$255,997.28	\$253,998.36	\$268,448.18	\$286,336.82	\$303,226.00	\$305,817.82	\$2,934,768.82

Presupuesto Mano de Obra

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Unid. A Producir	4080	4800	5240	5200	5200	6080	6000	6000	6440	6840	7240	7200	70320
Horas por Unidad	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291
Total de Horas	1187.28	1396.8	1524.84	1513.2	1513.2	1769.28	1746	1746	1874.04	1990.44	2106.84	2095.2	20463.12
Costo por Hora	\$2.50	\$2.50	\$2.50	\$2.50	\$2.50	\$2.50	\$2.50	\$2.50	\$2.50	\$2.50	\$2.50	\$2.50	\$2.50
Total Pagado	\$2,968.20	\$3,492.00	\$3,812.10	\$3,783.00	\$3,783.00	\$4,423.20	\$4,365.00	\$4,365.00	\$4,685.10	\$4,976.10	\$5,267.10	\$5,238.00	\$51,157.80

Presupuesto Gastos de Fabricación

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Unid. A Producir	4080	4800	5240	5200	5200	6080	6000	6000	6440	6840	7240	7200	70320
Costo Variable por Unidad	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00
Total Costo Variable	\$73,440.00	\$86,400.00	\$94,320.00	\$93,600.00	\$93,600.00	\$109,440.00	\$108,000.00	\$108,000.00	\$115,920.00	\$123,120.00	\$130,320.00	\$129,600.00	\$1,265,760.00
Costo Fijo	\$5,917.00	\$5,917.00	\$5,917.00	\$5,917.00	\$5,917.00	\$5,917.00	\$5,917.00	\$5,917.00	\$5,917.00	\$5,917.00	\$5,917.00	\$5,917.00	\$71,004.00
Total Pagado	\$79,357.00	\$92,317.00	\$100,237.00	\$99,517.00	\$99,517.00	\$115,357.00	\$113,917.00	\$113,917.00	\$121,837.00	\$129,037.00	\$136,237.00	\$135,517.00	\$1,336,764.00

Presupuesto Gastos de Operación

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Gastos de Administración	\$11,208.33	\$11,208.33	\$11,208.33	\$11,208.33	\$11,208.33	\$11,208.33	\$11,208.33	\$11,208.33	\$11,208.33	\$11,208.33	\$11,208.33	\$11,208.33	\$134,499.96
Gastos de Venta	\$46,908.00	\$46,908.00	\$46,908.00	\$46,908.00	\$46,908.00	\$46,908.00	\$46,908.00	\$46,908.00	\$46,908.00	\$46,908.00	\$46,908.00	\$46,908.00	\$562,896.00
Otros Gastos	\$708.33	\$708.33	\$708.33	\$708.33	\$708.33	\$708.33	\$708.33	\$708.33	\$708.33	\$708.33	\$708.33	\$708.33	\$8,499.96
Total Pagado	\$58,824.66	\$58,824.66	\$58,824.66	\$58,824.66	\$58,824.66	\$58,824.66	\$58,824.66	\$58,824.66	\$58,824.66	\$58,824.66	\$58,824.66	\$58,824.66	\$705,895.92

Presupuesto de Inventarios

	Unidades	Precio Unit.	Importe		
Inv. Inicial Mat. Prima	1000	\$42.3500	\$42,350.00	Materia Prima	\$42.3500
Inv. Final Mat. Prima	720	\$42.3500	\$30,492.00	Mano de Obra	\$0.7275
Inv. Inicial Prod. Terminado	1200	\$61.0775	\$73,293.00	Gtos. De Fab.	\$18.0000
Inv. Final Prod. Terminado	720	\$61.0775	\$43,975.80	Total	\$61.0775

Flujo de Efectivo

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ingresos													
Saldo en Caja	\$10,000.00	\$7,832.38	\$7,537.24	\$10,536.54	\$1,859.24	\$4,481.40	\$4,140.18	\$8,616.24	\$5,391.22	\$10,908.28	\$12,477.70	\$13,198.94	\$10,000.00
Cobranza	<u>\$372,384.00</u>	<u>\$372,384.00</u>	<u>\$403,416.00</u>	<u>\$403,416.00</u>	<u>\$403,416.00</u>	<u>\$465,480.00</u>	<u>\$465,480.00</u>	<u>\$465,480.00</u>	<u>\$496,512.00</u>	<u>\$527,544.00</u>	<u>\$558,576.00</u>	<u>\$558,576.00</u>	<u>\$5,492,664.00</u>
Total de Ingresos	\$382,384.00	\$380,216.38	\$410,953.24	\$413,952.54	\$405,275.24	\$469,961.40	\$469,620.18	\$474,096.24	\$501,903.22	\$538,452.28	\$571,053.70	\$571,774.94	\$5,502,664.00
Egresos													
Materiales	\$163,401.76	\$188,745.48	\$218,542.94	\$221,168.64	\$220,169.18	\$248,916.36	\$255,997.28	\$253,998.36	\$268,448.18	\$286,336.82	\$303,226.00	\$305,817.82	\$2,934,768.82
Mano de Obra	\$2,968.20	\$3,492.00	\$3,812.10	\$3,783.00	\$3,783.00	\$4,423.20	\$4,365.00	\$4,365.00	\$4,685.10	\$4,976.10	\$5,267.10	\$5,238.00	\$51,157.80
Gastos de Fabricación	\$79,357.00	\$92,317.00	\$100,237.00	\$99,517.00	\$99,517.00	\$115,357.00	\$113,917.00	\$113,917.00	\$121,837.00	\$129,037.00	\$136,237.00	\$135,517.00	\$1,336,764.00
Gastos de Operación	<u>\$58,824.66</u>	<u>\$58,824.66</u>	<u>\$58,824.66</u>	<u>\$58,824.66</u>	<u>\$58,824.66</u>	<u>\$58,824.66</u>	<u>\$58,824.66</u>	<u>\$58,824.66</u>	<u>\$58,824.66</u>	<u>\$58,824.66</u>	<u>\$58,824.66</u>	<u>\$58,824.66</u>	<u>\$705,895.92</u>
Total de Egresos	\$304,551.62	\$343,379.14	\$381,416.70	\$383,293.30	\$382,293.84	\$427,521.22	\$433,103.94	\$431,105.02	\$453,794.94	\$479,174.58	\$503,554.76	\$505,397.48	\$5,028,586.54
Ingresos-Egresos	\$77,832.38	\$36,837.24	\$29,536.54	\$30,659.24	\$22,981.40	\$42,440.18	\$36,516.24	\$42,991.22	\$48,108.28	\$59,277.70	\$67,498.94	\$66,377.46	\$474,077.46
Financiamiento	\$70,000.00	\$30,000.00	\$20,000.00	\$30,000.00	\$20,000.00	\$40,000.00	\$30,000.00	\$40,000.00	\$40,000.00	\$50,000.00	\$58,000.00	\$54,000.00	\$482,000.00
Intereses	<u>\$0.00</u>	<u>\$700.00</u>	<u>\$1,000.00</u>	<u>\$1,200.00</u>	<u>\$1,500.00</u>	<u>\$1,700.00</u>	<u>\$2,100.00</u>	<u>\$2,400.00</u>	<u>\$2,800.00</u>	<u>\$3,200.00</u>	<u>\$3,700.00</u>	<u>\$4,280.00</u>	<u>\$24,580.00</u>
Saldo	\$7,832.38	\$7,537.24	\$10,536.54	\$1,859.24	\$4,481.40	\$4,140.18	\$8,616.24	\$5,391.22	\$10,908.28	\$12,477.70	\$13,198.94	\$16,657.46	\$16,657.46

B. Proyecciones Financieras del Segundo Año por Trimestre

Presupuesto de Ventas

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unidades Vendidas	7200	6800	6800	19200	18400	21600	80000
Precio de Venta	\$79.13	\$79.13	\$79.13	\$79.13	\$79.13	\$79.13	\$79.13
Total Vendido	\$569,747.52	\$538,094.88	\$538,094.88	\$1,519,326.72	\$1,456,021.44	\$1,709,242.56	\$6,330,528.00

Presupuesto de Producción

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unidades Vendidas	7200	6800	6800	19200	18400	21600	80000
Inv. Final Deseado (10%)	720	680	680	1920	1840	2160	2160
Unidades Necesarias	7920	7480	7480	21120	20240	23760	82160
Inv. Inicial. Prod. Terminado	1200	720	680	680	1920	1840	1200
Unid. A Producir	6720	6760	6800	20440	18320	21920	80960

Presupuesto de Materiales

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unid. A Producir	6720	6760	6800	20440	18320	21920	80960
Nec. Mat. Prima por Unid.	1	1	1	1	1	1	1
Necesidad Materia Prima	6720	6760	6800	20440	18320	21920	80960
Inv. Final Deseado (10%)	672	676	680	2044	1832	2192	2192
Materia Prima Necesaria	7392	7436	7480	22484	20152	24112	83152
Inv. Inicial Materia Prima	1000	672	676	680	2044	1832	1000
Materia Prima a Comprar	6392	6764	6804	21804	18108	22280	82152
Costo	\$43.96	\$43.96	\$43.96	\$43.96	\$43.96	\$43.96	\$43.96
Total Comprado	\$280,987.85	\$297,340.71	\$299,099.08	\$958,488.58	\$796,015.00	\$979,413.20	\$3,611,344.41

Pagos

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Del Periodo (70%)	\$196,691.49	\$208,138.49	\$209,369.35	\$670,942.00	\$557,210.50	\$685,589.24	\$2,527,941.09
Del Anterior (30%)	\$60,000.00	\$84,296.35	\$89,202.21	\$89,729.72	\$287,546.57	\$238,804.50	\$849,579.36
Total Pagado	\$256,691.49	\$292,434.85	\$298,571.57	\$760,671.73	\$844,757.08	\$924,393.74	\$3,377,520.45

Presupuesto Mano de Obra

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unid. A Producir	6720	6760	6800	20440	18320	21920	80960
Horas por Unidad	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291
Total de Horas	1955.52	1967.16	1978.8	5948.04	5331.12	6378.72	23559.36
Costo por Hora	\$2.60	\$2.60	\$2.60	\$2.60	\$2.60	\$2.60	\$2.60
Total Pagado	\$5,074.57	\$5,104.78	\$5,134.99	\$15,435.16	\$13,834.26	\$16,552.78	\$61,136.54

Presupuesto Gastos de Fabricación

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unid. A Producir	6720	6760	6800	20440	18320	21920	80960
Costo Variable por Unidad	\$18.68	\$18.68	\$18.68	\$18.68	\$18.68	\$18.68	\$18.68
Total Costo Variable	\$125,556.48	\$126,303.84	\$127,051.20	\$381,900.96	\$342,290.88	\$409,553.28	\$1,512,656.64
Costo Fijo	\$6,141.85	\$6,141.85	\$6,141.85	\$18,425.54	\$18,425.54	\$18,425.54	\$73,702.15
Total Pagado	\$131,698.33	\$132,445.69	\$133,193.05	\$400,326.50	\$360,716.42	\$427,978.82	\$1,586,358.79

Presupuesto Gastos de Operación

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Gastos de Administración	\$11,634.25	\$11,634.25	\$11,634.25	\$34,902.74	\$34,902.74	\$34,902.74	\$139,610.96
Gastos de Venta	\$48,690.50	\$48,690.50	\$48,690.50	\$146,071.51	\$146,071.51	\$146,071.51	\$584,286.05
Otros Gastos	\$735.25	\$735.25	\$735.25	\$2,205.74	\$2,205.74	\$2,205.74	\$8,822.96
Total Pagado	\$61,060.00	\$61,060.00	\$61,060.00	\$183,179.99	\$183,179.99	\$183,179.99	\$732,719.96

Presupuesto de Inventarios

	Unidades	Precio Unit.	Importe		
Inv. Inicial Mat. Prima	1000	\$43.9593	\$43,959.30	Materia Prima	\$43.9593
Inv. Final Mat. Prima	2192	\$43.9593	\$96,358.79	Mano de Obra	\$0.7551
Inv. Inicial Prod. Terminado	1200	\$63.3984	\$76,078.13	Gtos. De Fab.	\$18.6840
Inv. Final Prod. Terminado	2160	\$63.3984	\$136,940.64	Total	\$63.3984

Flujo de Efectivo

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Ingresos							
Saldo en Caja	\$10,000.00	\$5,223.13	\$3,472.70	\$5,307.99	\$11,321.33	\$15,955.02	\$10,000.00
Cobranza	\$569,747.52	\$538,094.88	\$538,094.88	\$1,519,326.72	\$1,456,021.44	\$1,709,242.56	\$6,330,528.00
Total de Ingresos	\$579,747.52	\$543,318.01	\$541,567.58	\$1,524,634.71	\$1,467,342.77	\$1,725,197.58	\$6,340,528.00
Egresos							
Materiales	\$256,691.49	\$292,434.85	\$298,571.57	\$760,671.73	\$844,757.08	\$924,393.74	\$3,377,520.45
Mano de Obra	\$5,074.57	\$5,104.78	\$5,134.99	\$15,435.16	\$13,834.26	\$16,552.78	\$61,136.54
Gastos de Fabricación	\$131,698.33	\$132,445.69	\$133,193.05	\$400,326.50	\$360,716.42	\$427,978.82	\$1,586,358.79
Gastos de Operación	\$61,060.00	\$61,060.00	\$61,060.00	\$183,179.99	\$183,179.99	\$183,179.99	\$732,719.96
Total de Egresos	\$454,524.39	\$491,045.31	\$497,959.59	\$1,359,613.38	\$1,402,487.74	\$1,552,105.33	\$5,757,735.75
Ingresos-Egresos	\$125,223.13	\$52,272.70	\$43,607.99	\$165,021.33	\$64,855.02	\$173,092.25	\$582,792.25
Financiamiento	\$120,000.00	\$50,000.00	\$40,000.00	\$160,000.00	\$60,000.00	\$170,000.00	\$600,000.00
Intereses	\$0.00	\$1,200.00	\$1,700.00	\$6,300.00	\$11,100.00	\$12,900.00	\$33,200.00
Saldo	\$5,223.13	\$3,472.70	\$5,307.99	\$11,321.33	\$15,955.02	\$15,992.25	\$15,992.25

C. Proyecciones Financieras del Tercer Año por Trimestre

Presupuesto de Ventas

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unidades Vendidas	7600	7600	7200	20400	20400	22800	86000
Precio de Venta	\$80.56	\$80.56	\$80.56	\$80.56	\$80.56	\$80.56	\$80.56
Total Vendido	\$612,225.36	\$612,225.36	\$580,002.98	\$1,643,341.76	\$1,643,341.76	\$1,836,676.09	\$6,927,813.32

Presupuesto de Producción

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unidades Vendidas	7600	7600	7200	20400	20400	22800	86000
Inv. Final Deseado (10%)	760	760	720	2040	2040	2280	2280
Unidades Necesarias	8360	8360	7920	22440	22440	25080	88280
Inv. Inicial. Prod. Terminado	1200	760	760	720	2040	2040	1200
Unid. A Producir	7160	7600	7160	21720	20400	23040	87080

Presupuesto de Materiales

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unid. A Producir	7160	7600	7160	21720	20400	23040	87080
Nec. Mat. Prima por Unid.	1	1	1	1	1	1	1
Necesidad Materia Prima	7160	7600	7160	21720	20400	23040	87080
Inv. Final Deseado (10%)	716	760	716	2172	2040	2304	2304
Materia Prima Necesaria	7876	8360	7876	23892	22440	25344	89384
Inv. Inicial Materia Prima	1000	716	760	716	2172	2040	1000
Materia Prima a Comprar	6876	7644	7116	23176	20268	23304	88384
Costo	\$45.50	\$45.50	\$45.50	\$45.50	\$45.50	\$45.50	\$45.50
Total Comprado	\$312,843.39	\$347,785.76	\$323,762.88	\$1,054,458.76	\$922,150.94	\$1,060,282.49	\$4,021,284.23

Pagos

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Del Periodo (70%)	\$218,990.37	\$243,450.03	\$226,634.02	\$738,121.13	\$645,505.66	\$742,197.74	\$2,814,898.96
Del Anterior (30%)	\$60,000.00	\$93,853.02	\$104,335.73	\$97,128.86	\$316,337.63	\$276,645.28	\$948,300.52
Total Pagado	\$278,990.37	\$337,303.05	\$330,969.75	\$835,250.00	\$961,843.29	\$1,018,843.03	\$3,763,199.48

Presupuesto Mano de Obra

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unid. A Producir	7160	7600	7160	21720	20400	23040	87080
Horas por Unidad	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291
Total de Horas	2083.56	2211.6	2083.56	6320.52	5936.4	6704.64	25340.28
Costo por Hora	\$2.69	\$2.69	\$2.69	\$2.69	\$2.69	\$2.69	\$2.69
Total Pagado	\$5,596.08	\$5,939.97	\$5,596.08	\$16,975.81	\$15,944.13	\$18,007.49	\$68,059.56

Presupuesto Gastos de Fabricación

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unid. A Producir	7160	7600	7160	21720	20400	23040	87080
Costo Variable por Unidad	\$19.34	\$19.34	\$19.34	\$19.34	\$19.34	\$19.34	\$19.34
Total Costo Variable	\$138,459.65	\$146,968.34	\$138,459.65	\$420,020.06	\$394,493.98	\$445,546.14	\$1,683,947.82
Costo Fijo	\$6,356.81	\$6,356.81	\$6,356.81	\$19,070.43	\$19,070.43	\$19,070.43	\$76,281.73
Total Pagado	\$144,816.46	\$153,325.15	\$144,816.46	\$439,090.49	\$413,564.41	\$464,616.57	\$1,760,229.54

Presupuesto Gastos de Operación

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Gastos de Administración	\$12,041.45	\$12,041.45	\$12,041.45	\$36,124.34	\$36,124.34	\$36,124.34	\$144,497.34
Gastos de Venta	\$50,394.67	\$50,394.67	\$50,394.67	\$151,184.01	\$151,184.01	\$151,184.01	\$604,736.06
Otros Gastos	\$760.98	\$760.98	\$760.98	\$2,282.94	\$2,282.94	\$2,282.94	\$9,131.76
Total Pagado	\$63,197.10	\$63,197.10	\$63,197.10	\$189,591.29	\$189,591.29	\$189,591.29	\$758,365.16

Presupuesto de Inventarios

	Unidades	Precio Unit.	Importe		
Inv. Inicial Mat. Prima	1000	\$45.4979	\$45,497.88	Materia Prima	\$45.4979
Inv. Final Mat. Prima	2304	\$45.4979	\$104,827.11	Mano de Obra	\$0.7816
Inv. Inicial Prod. Terminado	1200	\$65.6174	\$78,740.87	Gtos. De Fab.	\$19.3379
Inv. Final Prod. Terminado	2280	\$65.6174	\$149,607.65	Total	\$65.6174

Flujo de Efectivo

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Ingresos							
Saldo en Caja	\$10,000.00	\$9,625.35	\$3,285.44	\$10,509.04	\$9,243.21	\$13,041.86	\$10,000.00
Cobranza	\$612,225.36	\$612,225.36	\$580,002.98	\$1,643,341.76	\$1,643,341.76	\$1,836,676.09	\$6,927,813.32
Total de Ingresos	\$622,225.36	\$621,850.72	\$583,288.42	\$1,653,850.80	\$1,652,584.98	\$1,849,717.95	\$6,937,813.32
Egresos							
Materiales	\$278,990.37	\$337,303.05	\$330,969.75	\$835,250.00	\$961,843.29	\$1,018,843.03	\$3,763,199.48
Mano de Obra	\$5,596.08	\$5,939.97	\$5,596.08	\$16,975.81	\$15,944.13	\$18,007.49	\$68,059.56
Gastos de Fabricación	\$144,816.46	\$153,325.15	\$144,816.46	\$439,090.49	\$413,564.41	\$464,616.57	\$1,760,229.54
Gastos de Operación	\$63,197.10	\$63,197.10	\$63,197.10	\$189,591.29	\$189,591.29	\$189,591.29	\$758,365.16
Total de Egresos	\$492,600.01	\$559,765.27	\$544,579.38	\$1,480,907.59	\$1,580,943.12	\$1,691,058.38	\$6,349,853.74
Ingresos-Egresos	\$129,625.35	\$62,085.44	\$38,709.04	\$172,943.21	\$71,641.86	\$158,659.57	\$587,959.57
Financiamiento	\$120,000.00	\$60,000.00	\$30,000.00	\$170,000.00	\$70,000.00	\$150,000.00	\$600,000.00
Intereses	\$0.00	\$1,200.00	\$1,800.00	\$6,300.00	\$11,400.00	\$13,500.00	\$34,200.00
Saldo	\$9,625.35	\$3,285.44	\$10,509.04	\$9,243.21	\$13,041.86	\$22,159.57	\$22,159.57

D. Proyecciones Financieras del Cuarto Año por Trimestre

Presupuesto de Ventas

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unidades Vendidas	8000	7600	7600	21200	21200	24000	89600
Precio de Venta	\$81.84	\$81.84	\$81.84	\$81.84	\$81.84	\$81.84	\$81.84
Total Vendido	\$654,758.91	\$622,020.97	\$622,020.97	\$1,735,111.12	\$1,735,111.12	\$1,964,276.74	\$7,333,299.84

Presupuesto de Producción

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unidades Vendidas	8000	7600	7600	21200	21200	24000	89600
Inv. Final Deseado (10%)	800	760	760	2120	2120	2400	2400
Unidades Necesarias	8800	8360	8360	23320	23320	26400	92000
Inv. Inicial. Prod. Terminado	1200	800	760	760	2120	2120	1200
Unid. A Producir	7600	7560	7600	22560	21200	24280	90800

Presupuesto de Materiales

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unid. A Producir	7600	7560	7600	22560	21200	24280	90800
Nec. Mat. Prima por Unid.	1	1	1	1	1	1	1
Necesidad Materia Prima	7600	7560	7600	22560	21200	24280	90800
Inv. Final Deseado (10%)	760	756	760	2256	2120	2428	2428
Materia Prima Necesaria	8360	8316	8360	24816	23320	26708	93228
Inv. Inicial Materia Prima	1000	760	756	760	2256	2120	1000
Materia Prima a Comprar	7360	7556	7604	24056	21064	24588	92228
Costo	\$47.00	\$47.00	\$47.00	\$47.00	\$47.00	\$47.00	\$47.00
Total Comprado	\$345,914.89	\$355,126.75	\$357,382.72	\$1,130,615.29	\$989,993.37	\$1,155,618.92	\$4,334,651.94

Pagos

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Del Periodo (70%)	\$242,140.42	\$248,588.73	\$250,167.90	\$791,430.70	\$692,995.36	\$808,933.24	\$3,034,256.36
Del Anterior (30%)	\$60,000.00	\$103,774.47	\$106,538.03	\$107,214.82	\$339,184.59	\$296,998.01	\$1,013,709.91
Total Pagado	\$302,140.42	\$352,363.19	\$356,705.93	\$898,645.52	\$1,032,179.95	\$1,105,931.26	\$4,047,966.26

Presupuesto Mano de
Obra

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unid. A Producir	7600	7560	7600	22560	21200	24280	90800
Horas por Unidad	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291
Total de Horas	2211.6	2199.96	2211.6	6564.96	6169.2	7065.48	26422.8
Costo por Hora	\$2.77	\$2.77	\$2.77	\$2.77	\$2.77	\$2.77	\$2.77
Total Pagado	\$6,135.99	\$6,103.69	\$6,135.99	\$18,214.20	\$17,116.18	\$19,602.87	\$73,308.93

Presupuesto Gastos de Fabricación

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unid. A Producir	7600	7560	7600	22560	21200	24280	90800
Costo Variable por Unidad	\$19.98	\$19.98	\$19.98	\$19.98	\$19.98	\$19.98	\$19.98
Total Costo Variable	\$151,818.30	\$151,019.26	\$151,818.30	\$450,660.64	\$423,493.15	\$485,019.51	\$1,813,829.16
Costo Fijo	\$6,566.59	\$6,566.59	\$6,566.59	\$19,699.76	\$19,699.76	\$19,699.76	\$78,799.02
Total Pagado	\$158,384.88	\$157,585.84	\$158,384.88	\$470,360.39	\$443,192.91	\$504,719.27	\$1,892,628.18

Presupuesto Gastos de Operación

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Gastos de Administración	\$12,438.81	\$12,438.81	\$12,438.81	\$37,316.44	\$37,316.44	\$37,316.44	\$149,265.75
Gastos de Venta	\$52,057.70	\$52,057.70	\$52,057.70	\$156,173.09	\$156,173.09	\$156,173.09	\$624,692.35
Otros Gastos	\$786.09	\$786.09	\$786.09	\$2,358.28	\$2,358.28	\$2,358.28	\$9,433.11
Total Pagado	\$65,282.60	\$65,282.60	\$65,282.60	\$195,847.80	\$195,847.80	\$195,847.80	\$783,391.21

Presupuesto de
Inventarios

	Unidades	Precio Unit.	Importe		
Inv. Inicial Mat. Prima	1000	\$46.9993	\$46,999.31	Materia Prima	\$46.9993
Inv. Final Mat. Prima	2428	\$46.9993	\$114,114.31	Mano de Obra	\$0.8074
Inv. Inicial Prod. Terminado	1200	\$67.7828	\$81,339.32	Gtos. De Fab.	\$19.9761
Inv. Final Prod. Terminado	2400	\$67.7828	\$162,678.63	Total	\$67.7828

Flujo de Efectivo

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Ingresos							
Saldo en Caja	\$10,000.00	\$2,815.02	\$4,800.66	\$2,012.22	\$10,355.43	\$17,929.72	\$10,000.00
Cobranza	\$654,758.91	\$622,020.97	\$622,020.97	\$1,735,111.12	\$1,735,111.12	\$1,964,276.74	\$7,333,299.84
Total de Ingresos	\$664,758.91	\$624,835.99	\$626,821.63	\$1,737,123.34	\$1,745,466.55	\$1,982,206.46	\$7,343,299.84
Egresos							
Materiales	\$302,140.42	\$352,363.19	\$356,705.93	\$898,645.52	\$1,032,179.95	\$1,105,931.26	\$4,047,966.26
Mano de Obra	\$6,135.99	\$6,103.69	\$6,135.99	\$18,214.20	\$17,116.18	\$19,602.87	\$73,308.93
Gastos de Fabricación	\$158,384.88	\$157,585.84	\$158,384.88	\$470,360.39	\$443,192.91	\$504,719.27	\$1,892,628.18
Gastos de Operación	\$65,282.60	\$65,282.60	\$65,282.60	\$195,847.80	\$195,847.80	\$195,847.80	\$783,391.21
Total de Egresos	\$531,943.90	\$581,335.33	\$586,509.40	\$1,583,067.92	\$1,688,336.84	\$1,826,101.20	\$6,797,294.58
Ingresos-Egresos	\$132,815.02	\$43,500.66	\$40,312.22	\$154,055.43	\$57,129.72	\$156,105.26	\$546,005.26
Financiamiento	\$130,000.00	\$40,000.00	\$40,000.00	\$150,000.00	\$50,000.00	\$150,000.00	\$560,000.00
Intereses	\$0.00	\$1,300.00	\$1,700.00	\$6,300.00	\$10,800.00	\$12,300.00	\$32,400.00
Saldo	\$2,815.02	\$4,800.66	\$2,012.22	\$10,355.43	\$17,929.72	\$18,405.26	\$18,405.26

E. Proyecciones Financieras del Quinto Año por Trimestre

Presupuesto de Ventas

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unidades Vendidas	8400	8000	8000	22600	22400	24400	93800
Precio de Venta	\$83.07	\$83.07	\$83.07	\$83.07	\$83.07	\$83.07	\$83.07
Total Vendido	\$697,809.31	\$664,580.30	\$664,580.30	\$1,877,439.34	\$1,860,824.83	\$2,026,969.91	\$7,792,204.00

Presupuesto de Producción

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unidades Vendidas	8400	8000	8000	22600	22400	24400	93800
Inv. Final Deseado (10%)	840	800	800	2260	2240	2440	2440
Unidades Necesarias	9240	8800	8800	24860	24640	26840	96240
Inv. Inicial. Prod. Terminado	1200	840	800	800	2260	2240	1200
Unid. A Producir	8040	7960	8000	24060	22380	24600	95040

Presupuesto de Materiales

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unid. A Producir	8040	7960	8000	24060	22380	24600	95040
Nec. Mat. Prima por Unid.	1	1	1	1	1	1	1
Necesidad Materia Prima	8040	7960	8000	24060	22380	24600	95040
Inv. Final Deseado (10%)	804	796	800	2406	2238	2460	2460
Materia Prima Necesaria	8844	8756	8800	26466	24618	27060	97500
Inv. Inicial Materia Prima	1000	804	796	800	2406	2238	1000
Materia Prima a Comprar	7844	7952	8004	25666	22212	24822	96500
Costo	\$48.41	\$48.41	\$48.41	\$48.41	\$48.41	\$48.41	\$48.41
Total Comprado	\$379,722.43	\$384,950.63	\$387,467.91	\$1,242,472.70	\$1,075,267.03	\$1,201,615.26	\$4,671,495.96

Pagos

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Del Periodo (70%)	\$265,805.70	\$269,465.44	\$271,227.54	\$869,730.89	\$752,686.92	\$841,130.68	\$3,270,047.17
Del Anterior (30%)	\$60,000.00	\$113,916.73	\$115,485.19	\$116,240.37	\$372,741.81	\$322,580.11	\$1,100,964.21
Total Pagado	\$325,805.70	\$383,382.17	\$386,712.73	\$985,971.26	\$1,125,428.73	\$1,163,710.79	\$4,371,011.38

Presupuesto Mano de Obra

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unid. A Producir	8040	7960	8000	24060	22380	24600	95040
Horas por Unidad	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291
Total de Horas	2339.64	2316.36	2328	7001.46	6512.58	7158.6	27656.64
Costo por Hora	\$2.86	\$2.86	\$2.86	\$2.86	\$2.86	\$2.86	\$2.86
Total Pagado	\$6,685.97	\$6,619.44	\$6,652.70	\$20,008.01	\$18,610.94	\$20,457.07	\$79,034.13

Presupuesto Gastos de Fabricación

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Unid. A Producir	8040	7960	8000	24060	22380	24600	95040
Costo Variable por Unidad	\$20.58	\$20.58	\$20.58	\$20.58	\$20.58	\$20.58	\$20.58
Total Costo Variable	\$165,426.01	\$163,779.98	\$164,603.00	\$495,043.52	\$460,476.89	\$506,154.22	\$1,955,483.62
Costo Fijo	\$6,763.58	\$6,763.58	\$6,763.58	\$20,290.75	\$20,290.75	\$20,290.75	\$81,163.00
Total Pagado	\$172,189.60	\$170,543.57	\$171,366.58	\$515,334.27	\$480,767.64	\$526,444.97	\$2,036,646.61

Presupuesto Gastos de Operación

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Gastos de Administración	\$12,811.98	\$12,811.98	\$12,811.98	\$38,435.93	\$38,435.93	\$38,435.93	\$153,743.73
Gastos de Venta	\$53,619.43	\$53,619.43	\$53,619.43	\$160,858.28	\$160,858.28	\$160,858.28	\$643,433.12
Otros Gastos	\$809.68	\$809.68	\$809.68	\$2,429.03	\$2,429.03	\$2,429.03	\$9,716.10
Total Pagado	\$67,241.08	\$67,241.08	\$67,241.08	\$201,723.24	\$201,723.24	\$201,723.24	\$806,892.95

Presupuesto de Inventarios

	Unidades	Precio Unit.	Importe		
Inv. Inicial Mat. Prima	1000	\$48.4093	\$48,409.28	Materia Prima	\$48.4093
Inv. Final Mat. Prima	2460	\$48.4093	\$119,086.84	Mano de Obra	\$0.8316
Inv. Inicial Prod. Terminado	1200	\$69.8162	\$83,779.50	Gtos. De Fab.	\$20.5754
Inv. Final Prod. Terminado	2440	\$69.8162	\$170,351.64	Total	\$69.8162

Flujo de Efectivo

	Enero	Febrero	Marzo	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Ingresos							
Saldo en Caja	\$10,000.00	\$5,886.97	\$3,981.01	\$8,288.22	\$8,690.78	\$13,785.07	\$10,000.00
Cobranza	\$697,809.31	\$664,580.30	\$664,580.30	\$1,877,439.34	\$1,860,824.83	\$2,026,969.91	\$7,792,204.00
Total de Ingresos	\$707,809.31	\$670,467.27	\$668,561.31	\$1,885,727.56	\$1,869,515.62	\$2,040,754.98	\$7,802,204.00
Egresos							
Materiales	\$325,805.70	\$383,382.17	\$386,712.73	\$985,971.26	\$1,125,428.73	\$1,163,710.79	\$4,371,011.38
Mano de Obra	\$6,685.97	\$6,619.44	\$6,652.70	\$20,008.01	\$18,610.94	\$20,457.07	\$79,034.13
Gastos de Fabricación	\$172,189.60	\$170,543.57	\$171,366.58	\$515,334.27	\$480,767.64	\$526,444.97	\$2,036,646.61
Gastos de Operación	\$67,241.08	\$67,241.08	\$67,241.08	\$201,723.24	\$201,723.24	\$201,723.24	\$806,892.95
Total de Egresos	\$571,922.34	\$627,786.26	\$631,973.09	\$1,723,036.77	\$1,826,530.54	\$1,912,336.06	\$7,293,585.08
Ingresos-Egresos	\$135,886.97	\$42,681.01	\$36,588.22	\$162,690.78	\$42,985.07	\$128,418.92	\$508,618.92
Financiamiento	\$130,000.00	\$40,000.00	\$30,000.00	\$160,000.00	\$40,000.00	\$120,000.00	\$520,000.00
Intereses	\$0.00	\$1,300.00	\$1,700.00	\$6,000.00	\$10,800.00	\$12,000.00	\$31,800.00
Saldo	\$5,886.97	\$3,981.01	\$8,288.22	\$8,690.78	\$13,785.07	\$20,418.92	\$20,418.92

F. Proyecciones Financieras de los Cinco Años

Presupuesto de Ventas

	1° Año	2° Año	3° Año	4° Año	5° Año
Unidades Vendidas	70800	80000	86000	89600	93800
Precio de Venta	\$77.58	\$79.13	\$80.56	\$81.84	\$83.07
Total Vendido	\$5,492,664.00	\$6,330,528.00	\$6,927,813.32	\$7,333,299.84	\$7,792,204.00

Presupuesto de Producción

	1° Año	2° Año	3° Año	4° Año	5° Año
Unidades Vendidas	70800	80000	86000	89600	93800
Inv. Final Deseado (10%)	720	2160	2280	2400	2440
Unidades Necesarias	71520	82160	88280	92000	96240
Inv. Inicial. Prod. Terminado	1200	1200	1200	1200	1200
Unid. A Producir	70320	80960	87080	90800	95040

Presupuesto de Materiales

	1° Año	2° Año	3° Año	4° Año	5° Año
Unid. A Producir	70320	80960	87080	90800	95040
Nec. Mat. Prima por Unid.	1	1	1	1	1
Necesidad Materia Prima	70320	80960	87080	90800	95040
Inv. Final Deseado (10%)	720	2192	2304	2428	2460
Materia Prima Necesaria	71040	83152	89384	93228	97500
Inv. Inicial Materia Prima	1000	1000	1000	1000	1000
Materia Prima a Comprar	70040	82152	88384	92228	96500
Costo	\$42.35	\$43.96	\$45.50	\$47.00	\$48.41
Total Comprado	\$2,966,194.00	\$3,611,344.41	\$4,021,284.23	\$4,334,651.94	\$4,671,495.96

Pagos

	1° Año	2° Año	3° Año	4° Año	5° Año
Del Periodo (70%)	\$2,076,335.80	\$2,527,941.09	\$2,814,898.96	\$3,034,256.36	\$3,270,047.17
Del Anterior (30%)	\$858,433.02	\$849,579.36	\$948,300.52	\$1,013,709.91	\$1,100,964.21
Total Pagado	\$2,934,768.82	\$3,377,520.45	\$3,763,199.48	\$4,047,966.26	\$4,371,011.38

Presupuesto Mano de
Obra

	1° Año	2° Año	3° Año	4° Año	5° Año
Unid. A Producir	70320	80960	87080	90800	95040
Horas por Unidad	0.291	0.291	0.291	0.291	0.291
Total de Horas	20463.12	23559.36	25340.28	26422.8	27656.64
Costo por Hora	\$2.50	\$2.60	\$2.69	\$2.77	\$2.86
Total Pagado	\$51,157.80	\$61,136.54	\$68,059.56	\$73,308.93	\$79,034.13

Presupuesto Gastos de Fabricación

	1° Año	2° Año	3° Año	4° Año	5° Año
Unid. A Producir	70320	80960	87080	90800	95040
Costo Variable por Unidad	\$18.00	\$18.68	\$19.34	\$19.98	\$20.58
Total Costo Variable	\$1,265,760.00	\$1,512,656.64	\$1,683,947.82	\$1,813,829.16	\$1,955,483.62
Costo Fijo	\$71,004.00	\$73,702.15	\$76,281.73	\$78,799.02	\$81,163.00
Total Pagado	\$1,336,764.00	\$1,586,358.79	\$1,760,229.54	\$1,892,628.18	\$2,036,646.61

Presupuesto Gastos de Operación

	1° Año	2° Año	3° Año	4° Año	5° Año
Gastos de Administración	\$134,499.96	\$139,610.96	\$144,497.34	\$149,265.75	\$153,743.73
Gastos de Venta	\$562,896.00	\$584,286.05	\$604,736.06	\$624,692.35	\$643,433.12
Otros Gastos	\$8,499.96	\$8,822.96	\$9,131.76	\$9,433.11	\$9,716.10
Total Pagado	\$705,895.92	\$732,719.96	\$758,365.16	\$783,391.21	\$806,892.95

Presupuesto de
Inventarios

	1° Año	2° Año	3° Año	4° Año	5° Año
Inv. Inicial Mat. Prima	\$42,350.00	\$43,959.30	\$45,497.88	\$46,999.31	\$48,409.28
Inv. Final Mat. Prima	\$30,492.00	\$96,358.79	\$104,827.11	\$114,114.31	\$119,086.84
Inv. Inicial Prod. Terminado	\$73,293.00	\$76,078.13	\$78,740.87	\$81,339.32	\$83,779.50
Inv. Final Prod. Terminado	\$43,975.80	\$136,940.64	\$149,607.65	\$162,678.63	\$170,351.64

Flujo de Efectivo

	1° Año	2° Año	3° Año	4° Año	5° Año
Ingresos					
Saldo en Caja	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00
Cobranza	\$5,492,664.00	\$6,330,528.00	\$6,927,813.32	\$7,333,299.84	\$7,792,204.00
Total de Ingresos	\$5,502,664.00	\$6,340,528.00	\$6,937,813.32	\$7,343,299.84	\$7,802,204.00
Egresos					
Materiales	\$2,934,768.82	\$3,377,520.45	\$3,763,199.48	\$4,047,966.26	\$4,371,011.38
Mano de Obra	\$51,157.80	\$61,136.54	\$68,059.56	\$73,308.93	\$79,034.13
Gastos de Fabricación	\$1,336,764.00	\$1,586,358.79	\$1,760,229.54	\$1,892,628.18	\$2,036,646.61
Gastos de Operación	\$705,895.92	\$732,719.96	\$758,365.16	\$783,391.21	\$806,892.95
Total de Egresos	\$5,028,586.54	\$5,757,735.75	\$6,349,853.74	\$6,797,294.58	\$7,293,585.08
Ingresos-Egresos	\$474,077.46	\$582,792.25	\$587,959.57	\$546,005.26	\$508,618.92
Financiamiento	\$482,000.00	\$600,000.00	\$600,000.00	\$560,000.00	\$520,000.00
Intereses	\$24,580.00	\$33,200.00	\$34,200.00	\$32,400.00	\$31,800.00
Saldo	\$16,657.46	\$15,992.25	\$22,159.57	\$18,405.26	\$20,418.92

G. Tabla de Depreciación del Activo Fijo

Tabla de Depreciación							
Descripción	Valor	% Dep.	Valor 1° Año	Valor 2° Año	Valor 3° Año	Valor 4° Año	Valor 5° Año
Edificios	\$550,000.00	5%	\$522,500.00	\$496,375.00	\$471,556.25	\$447,978.44	\$425,579.52
Equipo de Oficina	\$25,000.00	10%	\$22,500.00	\$20,250.00	\$18,225.00	\$16,402.50	\$14,762.25
Equipo de Computo	\$20,000.00	25%	\$15,000.00	\$11,250.00	\$8,437.50	\$6,328.13	\$4,746.09
Equipo de Reparto	\$200,000.00	20%	\$160,000.00	\$128,000.00	\$102,400.00	\$81,920.00	\$65,536.00
Maquinaria	\$20,000.00	11%	\$17,800.00	\$15,842.00	\$14,099.38	\$12,548.45	\$11,168.12

Tasas de Depreciación.

Artículos 44 y 45 del la Ley del Impuesto Sobre la Renta

4. Análisis de las Razones Financieras

A. Valor Presente Neto

Valor Presente Neto DAF			TREMA		
Inversión Inicial	\$65,000		i = 12%		
1° Año	2° Año	3° Año	4° Año	5° Año	
\$16,657.46	\$15,992.25	\$22,159.57	\$18,405.26	\$20,418.92	
					Total
\$14,872.73	\$12,748.92	\$15,772.75	\$11,696.87	\$11,586.24	\$66,677.52
Inversión Inicial	Total	V.P.N.			
-\$65,000.00	\$66,677.52	\$1,677.52	Positivo	SE	ACEPTA

El Valor al día de hoy de nuestra inversión es de \$1,677.52, el cual es positivo, es decir, que nuestra inversión va a obtener rendimientos con la puesta en marcha de este proyecto y por lo tanto, el proyecto es aceptado.

B. Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno DAF			TREMA		
Inversión Inicial	\$65,000		i = 12%		
1° Año	2° Año	3° Año	4° Año	5° Año	
\$16,657.46	\$15,992.25	\$22,159.57	\$18,405.26	\$20,418.92	
					Total
\$14,741.59	\$12,525.09	\$15,359.19	\$11,289.75	\$11,084.37	\$65,000.00
		V.P.N.			
-\$65,000.00	\$65,000.00	\$0.00			
TREMA	12%				
TIR	12.996336%				
TIR > TREMA por lo tanto se ACEPTA					

La Tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea igual a cero es de 13%, el cual es mayor a la tasa bancaria del 12% y por lo que el proyecto atrae mayores rendimientos que si se depositara en una cuenta bancaria y por lo tanto, este proyecto es aceptado.

C. Periodo de Recuperación de la Inversión

El lapso de tiempo que requiere este proyecto para recuperar la inversión de \$65,000, es de tres años y medio, tal como se muestra en el cuadro siguiente:

El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	
Inversión	\$65,000.00
Año 1	\$16,657.46
Año 2	\$15,992.25
Año 3	\$22,159.57
Año 4	\$18,405.26 PRI = Tercer año y medio
	\$73,214.54

D. Punto de Equilibrio

La cantidad de producción para los cinco años proyectados, en la cual el empresario no reporta ni pérdidas ni ganancias, es decir, lo que va a gastar en la producción es exactamente lo mismo que va a ingresar por las ventas, es el siguiente:

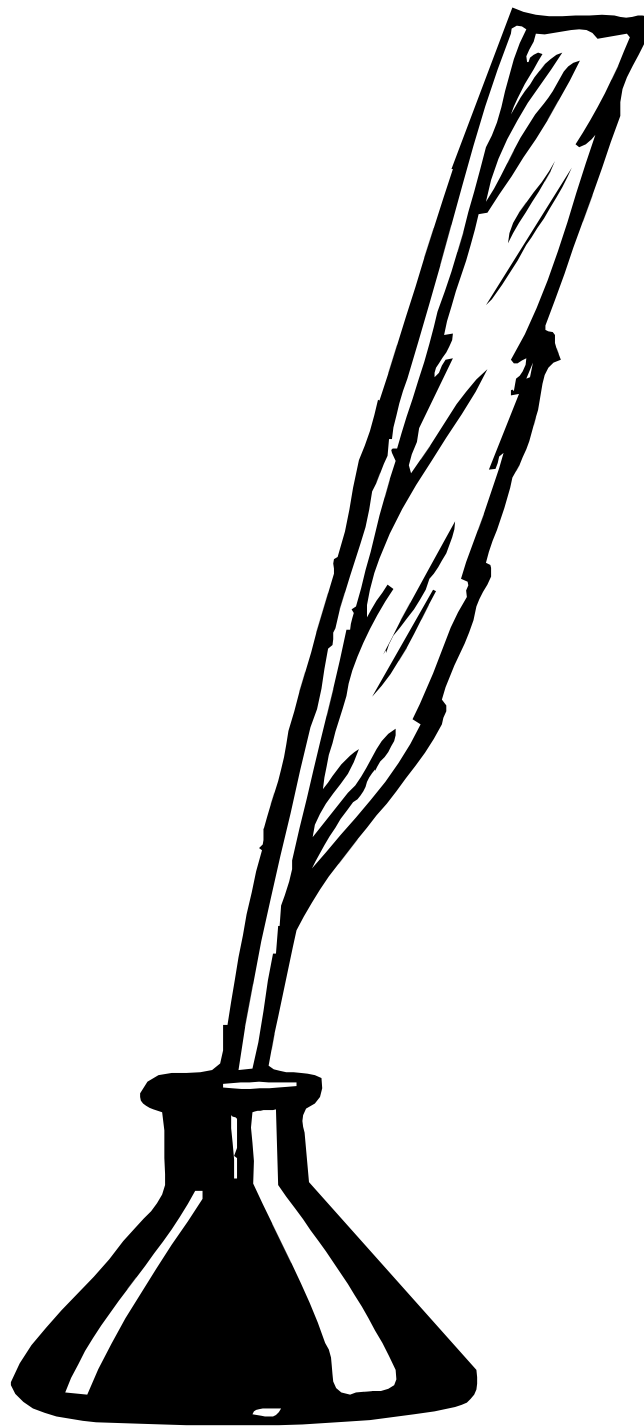
Formula de Punto de Equilibrio

$$P.E. = \frac{\text{Costo Fijo}}{IU - CVU}$$

Donde: IU = Ingreso por Unidad

CVU = Costo Variable por Unidad

Año	Punto de Equilibrio
Año 1	7,530 Camisas
Año 2	8,713 Camisas
Año 3	10,393 Camisas
Año 4	12,689 Camisas
Año 5	15,699 Camisas



Conclusión

CONCLUSIÓN

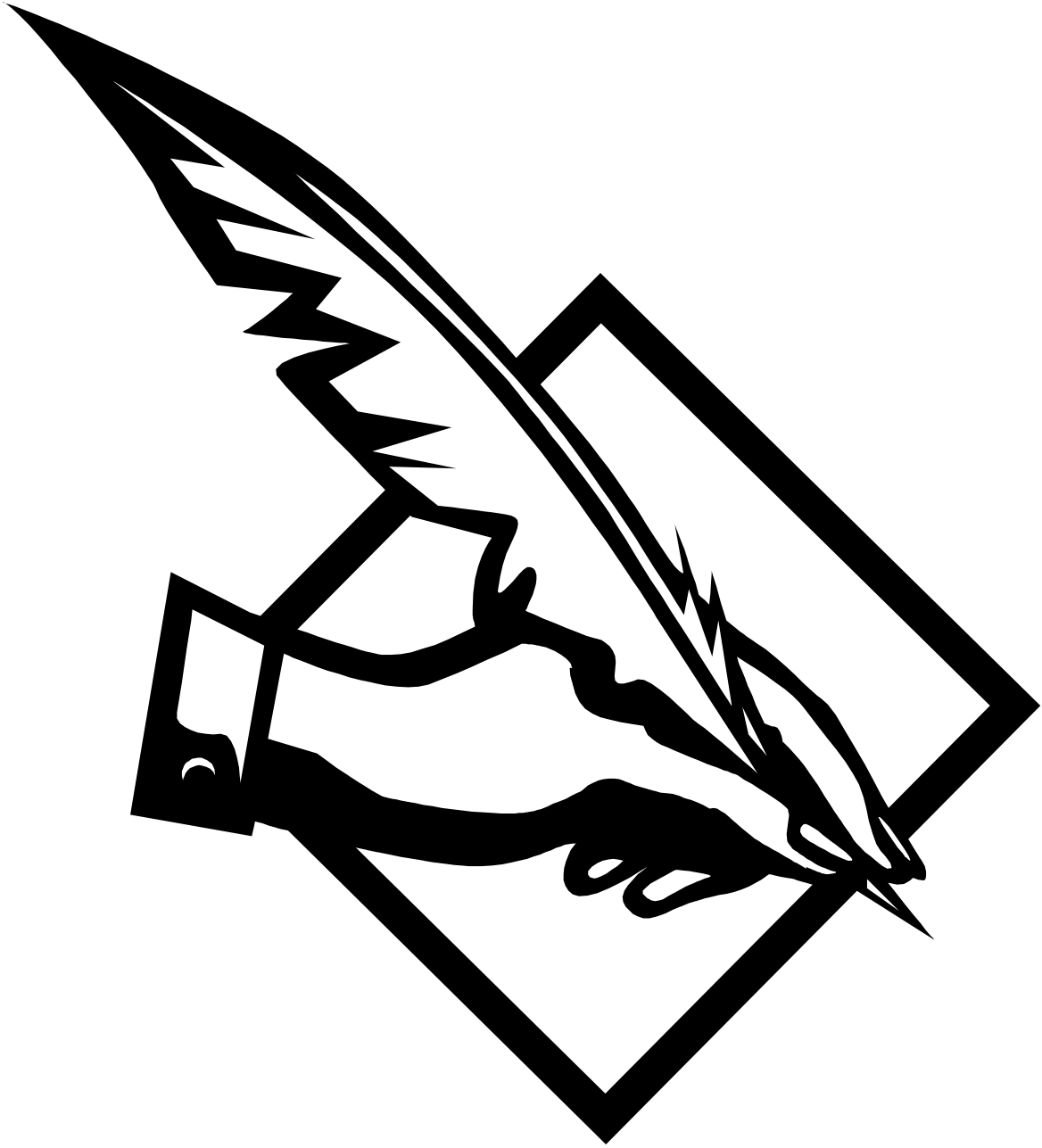
El Desarrollo de este Proyecto de Exportación tuvo como propósito el de demostrar que el producto de la empresa “Confecciones Dorantes”, cuenta con todos los atributos y elementos necesarios para poder ingresar al mercado de San Francisco, California, en Estados Unidos de América. Además de que puede entrar a este mercado sin ninguna restricción arancelaria, debido a que cumple con el Valor de Contenido Regional, tal como ya se demostró en la Sección IV de este proyecto.

Con el fin de que nuestro producto goce de una mayor aceptación por parte de los consumidores americanos, debemos llevar a cabo los ajustes necesarios para poder cumplir con todas las restricciones no arancelarias que nuestro producto requiere.

Tal como se observo en el desarrollo de este proyecto, la principal competencia de nuestro producto proviene de China, el cual, a pesar de haber desplazado a México como principal proveedor de Estados Unidos, todavía las exportaciones mexicanas ocupan una posición importante dentro del mercado estadounidense. Por lo tanto, es necesario que nuestro producto cumpla con todas y cada una de las restricciones antes mencionadas, sin olvidar estar al tanto de la moda y de las nuevas tecnologías para la confección de prendas de vestir, con el propósito de no seguir perdiendo terreno ante los productos asiáticos.

Como resultado del análisis de las diferentes razones económicas y financieras se pudo comprobar que este proyecto de exportación es viable y que constituye una buena inversión de recursos, por parte del dueño y de las Instituciones de Crédito.

Espero que este proyecto sirva como guía para futuros empresarios que busquen realizar operaciones comerciales de índole internacional con Estados Unidos ó con cualquier otro país del mundo, con el que México tenga firmado un Acuerdo ó Tratado de Libre Comercio.



Recomendaciones

RECOMENDACIONES

A través de la realización de este proyecto de exportación se han venido descubriendo diversos factores ó elementos que la empresa tiene que implementar para poder ser competitiva y permanecer dentro del mercado.

Uno de estos factores es el de cambiar su equipo de producción, el cual ya es obsoleto, por las nuevas tecnologías que se han venido implementando en las grandes empresas, las cuales están enfocadas principalmente a tres procesos de producción: el primero es el de trazado, el segundo es el de tendido y el tercero es el de cortado de la tela. Esto con el propósito de aumentar su capacidad de producción actual y a la vez ir mejorando la calidad del producto. Además de una capacitación constante del personal tanto de producción como de venta con la finalidad de ofertar un producto con una alta calidad y dar un servicio de Excelencia a sus clientes.

Otro factor importante es el de dar cumplimiento a todos y cada una de las restricciones no arancelarias del producto, para que de esta forma exista un comercio constante y creciente con nuestros clientes tanto nacionales como del extranjero. También es necesario seguir adquiriendo insumos provenientes de México ó de la región del TLCAN, ya que de esta forma nuestro producto puede seguir gozando de las preferencias arancelarias que otorga el Tratado.

Incrementar su oferta exportable mediante la producción de nuevos productos dentro del ramo de la confección, ya que de esta forma la clientela tiene una mayor gama de productos de donde escoger.

Y por último y no menos importante, la empresa necesita involucrarse cada vez más en el comercio internacional, ya que de esta forma esta al tanto de las fuerzas que influyen en los mercados internacionales, además de esta forma incrementa su campo de acción y existe un mayor reconocimiento tanto de la empresa como del producto, además de que existe menos riesgo de salir del mercado.



Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

ACERENZA, Miguel Ángel (1995), Marketing Internacional, Editorial Trillas

Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (2001), Envase y Embalaje para Exportación, Documento Técnico

Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (2002), Formación del Precio de Exportación, Documento Técnico

Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (2002), Guía Básica del Exportador, Documento Técnico

Banco Nacional de Comercio Exterior (1999), México Transacción Económica y Comercio Exterior, Guía de Exportación

Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (2001), Plan de Negocios para la Exportación, Documento Técnico

Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (1999), Textil y Prendas de Vestir, Guía de Exportación Sectorial

CABEZA GARCÍA, Luis Z. (2000), Comercio Exterior, Digital Impresiones

CZINKOTA, Michael R., RONKAINEN, Ilkka A. (1998), Marketing Internacional, Editorial McGraw-Hill Interamericana

L. HILL, Charles W. (2000), Negocios Internacionales, Competencia en un Mercado Global, Editorial McGraw-Hill Interamericana

MERCADO, Salvador (1994), Comercio Internacional I, Mercadotecnia Internacional Importación-Exportación, Editorial Limusa

MERCADO, Salvador (1995), Comercio Internacional II, Editorial Limusa

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (1994), Fracciones Arancelarias y Plazos de Desgravación Estados Unidos, Grupo Editorial Miguel Ángel Poriva

SOLÍS, Leopoldo (1995), Políticas Comerciales Internacionales

Paginas de Internet

Agencia Central de Inteligencia (CIA) / The World Fact Book / United States

www.cia.gov

Bancomext / Centro de Información / Estadísticas e Informes / Mercados para Exportar / Norteamérica / Información General / Estrategia de Promoción Internacional

www.bancomext.com.mx

Census Bureau / California / San Francisco

www.census.gov

Federal Trade Commission / Consumer Protection / Products & Services

www.ftc.gov

Secretaría de Desarrollo Económico / Indicadores Básicos

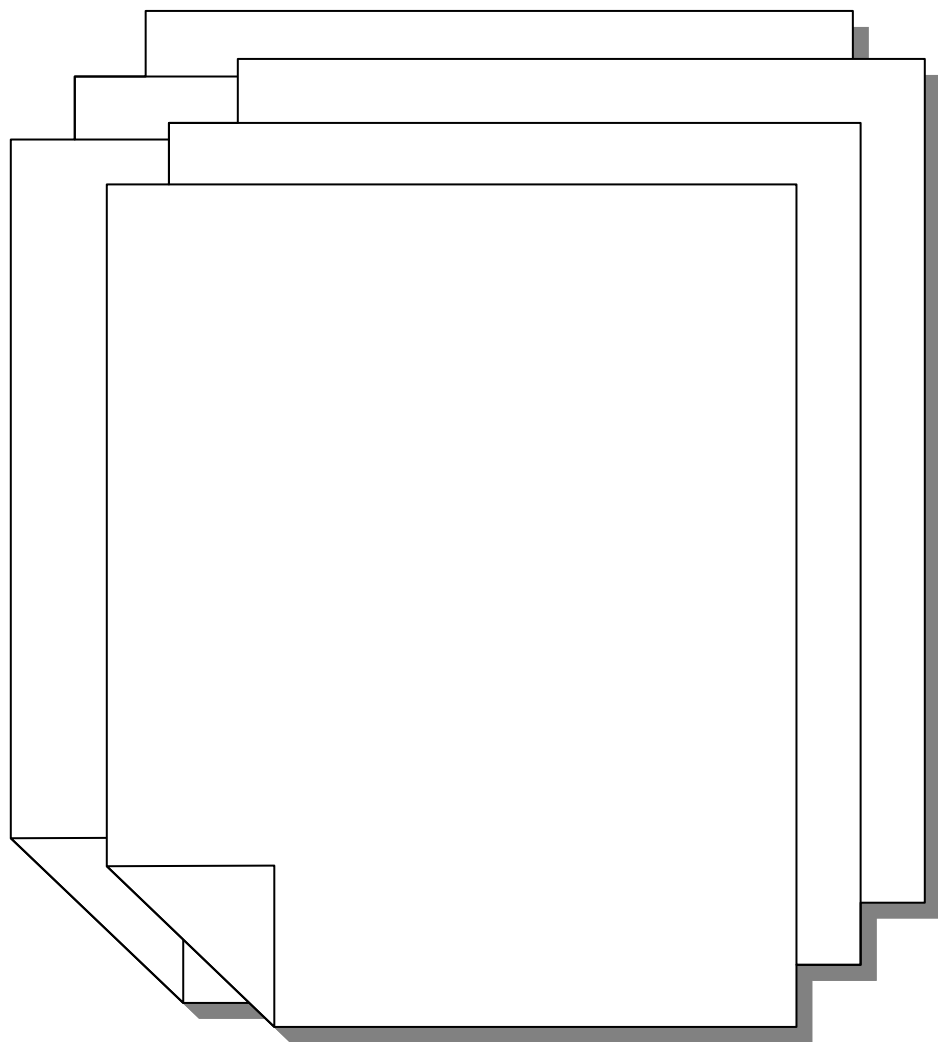
www.sedeco.pue.gob.mx

Secretaría de Economía / Inteligencia Comercial / Negociaciones Comerciales / Estadísticas

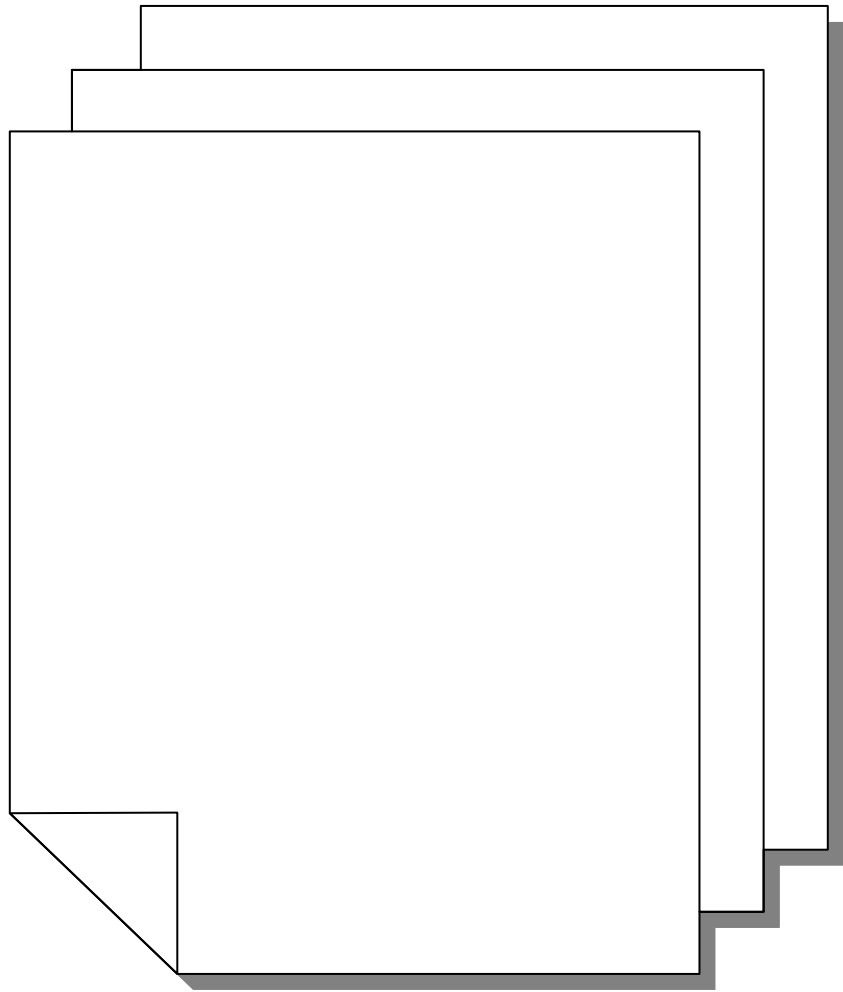
www.economia.gob.mx

Sistema de Información sobre Comercio Exterior / México

www.sice.oas.com



Anexos



Anexo 1

NURITEXTIL

DISTRIBUIDORA TEXTIL

México, Distrito Federal a 21 de Junio del 2004

Lic. Arturo Dorantes Bueno
Gerente de Confecciones Dorantes
39 norte 2225-30, Col. Valle Dorado, Pue., Pue.

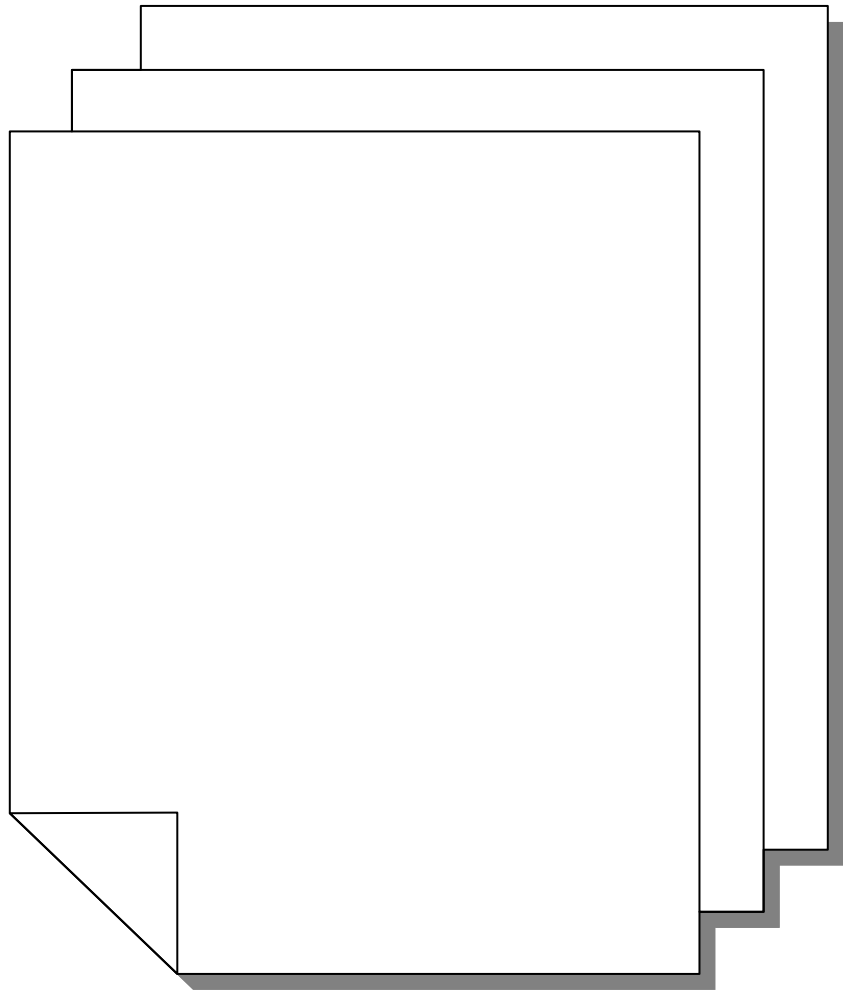
Estimado Sr. Dorantes:

Por medio de la presente, me permito hacer de su conocimiento que todas las telas que trabajamos en esta empresa, la mayoría son de algodón 100% y un pequeño porcentaje son algodón-poliéster u otras fibras sintéticas; así mismo dichas telas son casi en su totalidad elaboradas aquí en México, y un pequeño porcentaje (15%) son del vecino país de Estados Unidos de América.

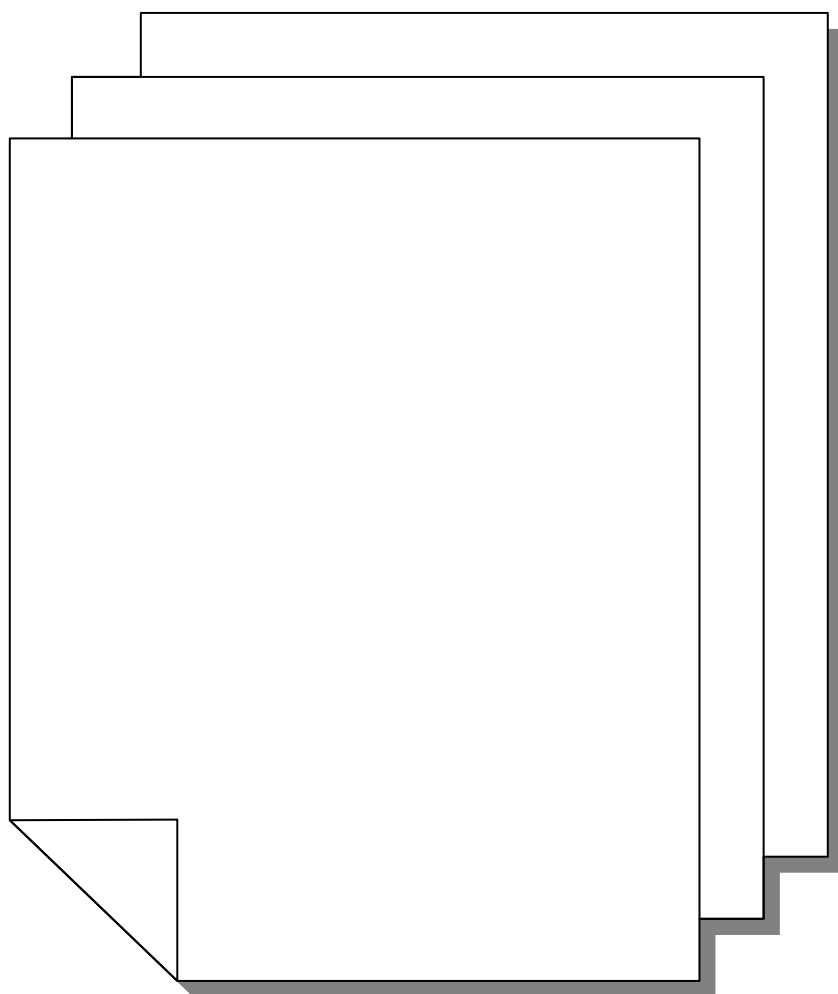
Sin otro particular le comunicó lo anterior para los fines que usted crea convenientes y le expresó como siempre mi atenta y distinguida consideración.

Atentamente

Isaac Turquie Behar
Director



Anexo 2



Anexo 3

NO LLENAR PARA MODIFICACIONES

SOLICITUD NÚMERO
(CÍTESE PARA CUALQUIER INFORMACIÓN)

Actividad o giro principal	(18)

Uso específico de la mercancía	(19)

Periodo en que se consumirá la mercancía: _____	(20)
---	------

Permiso anterior del producto similar				(21)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Número	Fecha	Cantidad	Existencias	

Anexos para identificar la mercancía					(22)
<input type="text"/> Catálogo	<input type="text"/> Fotografía	<input type="text"/> Plano	<input type="text"/> Otros (especificar)	_____	

Justificación de la importación o exportación y el beneficio que se obtiene	(23)

Agente(s) aduanal(es)	(24)

Datos complementarios	(25)

Consideraciones generales para su llenado:

- La solicitud debe presentarse dependiendo del domicilio donde se encuentre la planta productiva de la empresa, en la ventanilla de atención al público (permisos de importación y exportación), en la planta baja del edificio ubicado en Insurgentes Sur 1940, Col. Florida, Delegación Álvaro Obregón, México D.F., o bien en las delegaciones o subdelegaciones de esta Secretaría de 9:00 a 14:00 horas.
- Esta solicitud debe llenarse a máquina o con letra de molde legible.
- Esta solicitud debe presentarse en original y 2 copias con firmas autógrafas, excepto cuando la SE la acepte por medios electrónicos.
- Debe utilizarse una solicitud por fracción arancelaria.
- Se debe respetar las áreas sombreadas para uso exclusivo de la SE.
- Sólo se reciben las solicitudes debidamente requisitadas.
- En caso de contar con la constancia de acreditamiento de personalidad no se deberán requisitar los siguientes datos: Nombre o razón social, domicilio, teléfono, fax y nombre del Representante Legal; ni se deberán presentar los siguientes documentos: Acta Constitutiva y modificaciones; y Poder Notarial del Representante Legal.
- Los documentos originales o copias certificadas que se solicitan, serán devueltos en el momento de la presentación de la solicitud, previo cotejo contra la copia simple.

Trámite al que corresponde la forma: Expedición y modificación de permisos de importación y exportación.

Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: SE-03-018

Fecha de autorización de la forma por parte de la Oficialía Mayor: 15-VI-2001

Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 11-VI -2001

Fundamento jurídico-administrativo:

Artículos 5 fracción V, 21 y 22 de la Ley de Comercio Exterior (D.O.F. 27 -VII-1993).

Artículos del 17 al 25 y fracción X del Artículo 28 del Reglamento de la Ley de Comercio Exterior (D.O.F. 30 -XII-1993).

Acuerdo por el que se dan a conocer los criterios para dictaminar y opinar sobre permisos de importación de vehículos especiales (D.O.F. 30-III-2001).

Artículo 74 de la Ley Federal de Derechos.

Documentos anexos:**Persona Moral:**

- Original o copia certificada y copia simple del acta constitutiva de la sociedad que contenga las últimas modificaciones, en su caso, y Carta Poder simple otorgada por el representante legal de la empresa ante dos testigos, donde se especifiquen facultades para tramitar y suscribir permisos de importación o exportación, según sea el caso, si la empresa es extranjera debe venir debidamente apostillada y acompañada de una traducción realizada por perito traductor autorizado; o exhibir copia de la constancia de acreditamiento de personalidad expedida por la Dirección General de Asuntos Jurídicos de la SE o indicar al momento de su presentación la clave del R.F.C. de la persona inscrita en el registro único de personas acreditadas de la Secretaría.
- Las dependencias y entidades de la administración pública federal, estatal, municipal o del Distrito Federal, así como cualquier otra autoridad, institución u organismo público comprobarán su legal existencia mediante documento, en el cual, consten datos suficientes de su creación, de las normas que los rijan y les confieran atribuciones, del resultado de la elección o del nombramiento de los servidores públicos con facultades para representarlos.

Persona Física:

- Carta Poder simple otorgada por la persona física o su Representante Legal ante dos testigos, en donde se especifiquen facultades para tramitar y suscribir permisos de importación o exportación, según sea el caso, si es extranjero deberá presentar la documentación que compruebe su legal estancia en el país, la autorización de la Secretaría de Gobernación para dedicarse a las actividades que pretendan realizar; o exhibir copia de la constancia de acreditamiento de personalidad expedida por la Dirección General de Asuntos Jurídicos de la SE o indicar al momento de su presentación el número de la CURP de la persona inscrita en el registro único de personas acreditadas de la Secretaría.

Para ambos casos:

- Registro Federal de Contribuyentes con homoclave de la persona moral (2 copias). En el caso de personas físicas con actividad empresarial adicionalmente, copia de la hoja de inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes.
- Factura o factura proforma de la mercancía, sólo para el caso de maquinaria y equipo de cómputo. Para el de vehículos, certificado de título o factura o factura proforma que cuente con las especificaciones técnicas de la mercancía, de conformidad con lo establecido en los criterios para dictaminar y opinar sobre permisos de importación de vehículos especiales.
- Fotografías o catálogo con las especificaciones técnicas de la mercancía. Para el caso de vehículos especiales se deberá apreciar en las fotografías o catálogos el dispositivo especial con que cuenta la unidad.
- Comprobante de pago de derechos del trámite.

Adicionalmente los documentos que se señalan a continuación, dependiendo de la mercancía a importar o exportar:

I.- IMPORTACION:

Productos petrolíferos: Oficio de opinión favorable de PEMEX, excepto para Gas L.P.

Tratándose de Gas L.P., la Secretaría de Economía solicitará opinión a la Dirección General de Gas L.P. de la Secretaría de Energía.

Armamento, sustancias explosivas y vehículos de combate: Oficio de opinión favorable de la SEDENA (o de la Secretaría de Marina, cuando sea esta la importadora).

Ropa usada: Oficio de la Dirección General de Protección Civil de la Secretaría de Gobernación, donde se especifiquen los Municipios bajo plan DN-III y oficio de solicitud de importación del Gobernador del Estado.

Neumáticos usados para renovar: Escrito en papel membretado de la empresa que describa el proceso de renovación, la capacidad instalada de renovación, número del personal ocupado (obreros, técnicos y administrativos) y una relación de maquinaria y equipo.

Retorno de vehículos exportados temporalmente para su transformación o reparación:

- Usados: factura de la transformación o reparación en el extranjero, pedimento de exportación temporal y pedimento de importación definitiva (en su caso, para comprobar la legal estancia en el país), para retornos de vehículos exportados temporalmente conforme al artículo 117 de la Ley Aduanera.

Vehículos de Miembros del Servicio Exterior Mexicano: Oficio original de la Dirección General de Protocolo de la Secretaría de Relaciones Exteriores y copia del permiso de importación temporal vigente emitido por la SHCP.

Vehículos con dispositivos para el transporte o uso de personas discapacitadas:

- Copia de constancia médica emitida con un máximo de seis meses de anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud, expedida por una institución de salud con autorización oficial y que describa el tipo de discapacidad.
- Copia de la factura que compruebe la integración del dispositivo que permite suplir o disminuir la discapacidad (únicamente para personas discapacitadas).

Vehículos blindados para uso personal, para el transporte de valores y de uso militar:

- Constancia de NORMEX que compruebe que el nivel mínimo de protección de la unidad es tipo III (únicamente para los vehículos similares a los de fabricación o comercialización nacional).

Remolques y semirremolques especiales:

- Carta expedida por la Sección 105 de la Cámara Nacional de la Industria de Transformación en la que manifieste que no existe fabricación nacional del remolque o semirremolque.

Equipo de cómputo usado:

Instituciones Públicas de Enseñanza Básica, Media Básica y Media Superior: Escrito original del Secretario de Educación del Estado o su equivalente dirigido al C. Secretario del Ramo.

Instituciones Públicas de Enseñanza Superior: Escrito original del Rector o su equivalente dirigido al C. Secretario del Ramo.

Organismos Internacionales: Documento que compruebe la naturaleza del Organismo.

Organos; extractos de opio y coca; opio, coca y amapola en bruto: Oficio de opinión favorable de la Secretaría de Salud.

Quesos y Lácteos: Carta de opinión favorable de la CANILEC o sección 61 de la CANACINTRA. Para autorizaciones subsecuentes en el año, además anexar copia de los pedimentos aduanales sellados por la aduana, correspondientes al ejercicio del último permiso.

Cigarros (puros), caramelos, goma de mascar: Para autorizaciones subsecuentes en el año, además anexar copia de los pedimentos aduanales sellados por la aduana, correspondientes al ejercicio del último permiso.

Para productos al amparo de los decretos de transición de la franja fronteriza norte y región fronteriza del país: Copia del registro de empresa de la frontera. Adicionalmente, para autorizaciones subsecuentes de chocolates, dulces, chicles, similares y café, anexar copia de los pedimentos aduanales sellados por la aduana, correspondientes al ejercicio del último trimestre, y para tractocamiones para desmantelar, haber entregado a la SE previamente el informe mensual de sus importaciones.

II.- EXPORTACION:

Productos petrolíferos: Oficio de opinión favorable de PEMEX.

Monedas y oro: Oficio de opinión favorable del Banco de México.

Harina de maíz: Carta con membrete de la empresa harinera que vendió el producto, en la cual se señale, bajo protesta de decir verdad, que el volumen a exportar no afecta o pone en riesgo el abasto interno.

Pieles de tortuga o caguama y animales silvestres: Copia del oficio de opinión técnica favorable de la SEMARNAT.

Productos de la flora y fauna silvestre: Oficio de opinión técnica favorable de la Dirección General de Vida Silvestre de la SEMARNAT o de la Dirección General de Desarrollo Agropecuario de la SAGARPA, según corresponda.

Adicionalmente para modificación:

- Permiso inicial de exportación o importación a modificar (original y 2 copias).
- En caso de que existan modificaciones anteriores al permiso, anexar la última modificación (original y 2 copias).
- Tarjeta magnética del permiso a modificar.

Tiempo de respuesta:

15 días hábiles o 30 días hábiles, en caso de que se requiera opinión previa de otra Dependencia. Transcurrido este plazo el interesado deberá presentarse ante la Secretaría dentro de los 20 días siguientes para conocer la decisión y reclamar su derecho sin perjuicio de que la Secretaría lo comunique directamente al interesado.

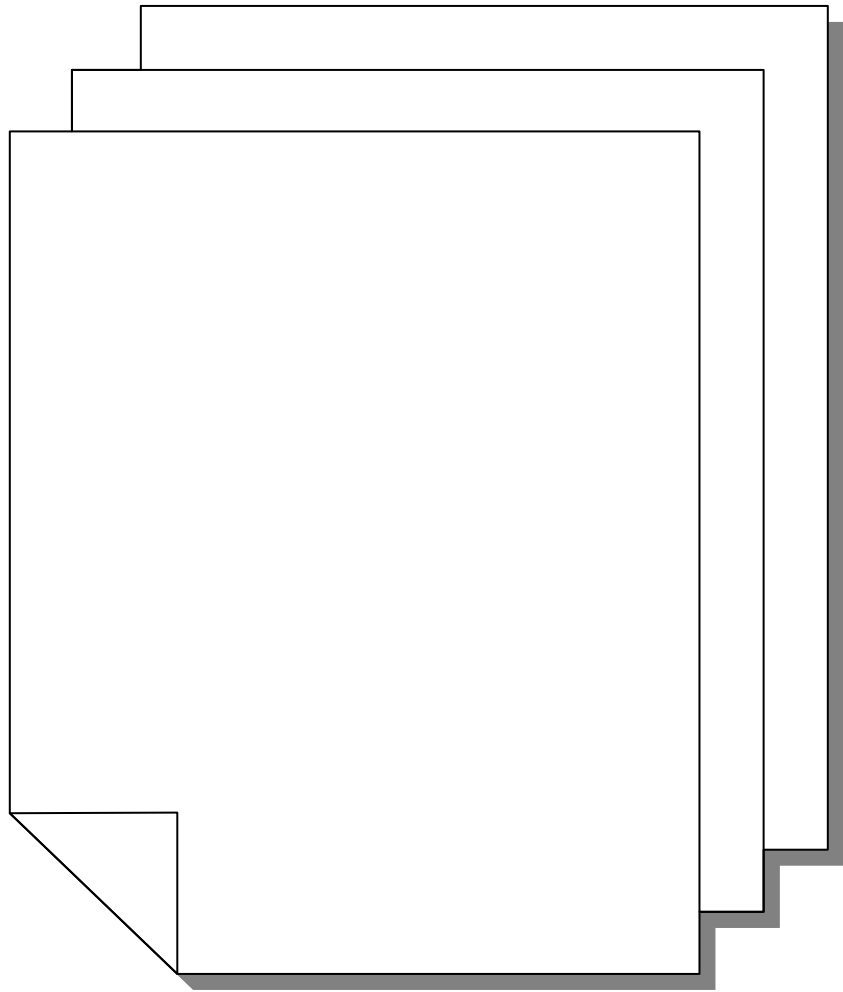
Número telefónico para consultas del trámite:

Responsable del trámite: 5229-61-00 extensiones: 3357 y 3384.

Número telefónico para quejas:

Contraloría Interna en la SE
5629-95-52 (directo)
5629-95-00 extensiones: 6707, 6708 y 6742

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos: 5480-20-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-00-14800 o desde Estados Unidos y Canadá al 1-888-594-3372.



Anexo 4

MANIFESTACION DE VALOR

Hoja 1 de 2

DATOS DEL VENDEDOR

Nombre del vendedor _____
Apellido paterno Materno Nombre
Domicilio del vendedor _____
Domicilio Calle No.Ext/int. Ciudad País
Tax number _____

DATOS DEL IMPORTADOR

Nombre del importador _____
Apellido paterno Materno Nombre
Registro Federal de Contribuyentes _____
Domicilio Fiscal _____
Domicilio Calle No.Ext./Int. Ciudad País

DATOS DEL AGENTE ADUANAL

Nombre del Agente o Apoderado Aduanal _____
Apellido Paterno Materno Nombre
Número de Patente _____

Numero de Facturas	Fechas de las Facturas

DATOS DE LA MERCANCIA

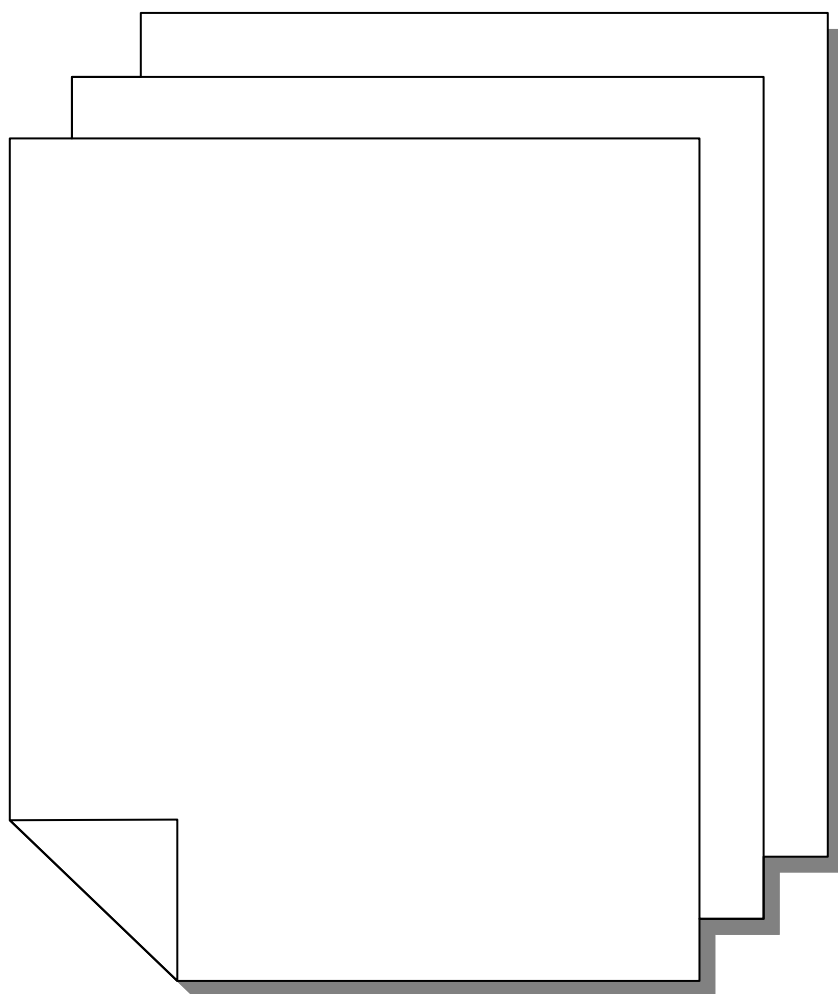
Descripción _____
Clasificación Arancelaria _____ Cantidad _____
País de Procedencia _____
Precio de la Mercancía _____

METODO DE VALORACION

• Valor de transacción de las mercancías	
• Valor de transacción de las mercancías idénticas	
• Valor de transacción de mercancías similares	
• Valor de precio unitario de venta	
• Valor reconstruido	

El suscrito manifiesta bajo protesta de decir verdad que lo asentado en esta declaración es verídico

Autoridad Aduanera



Anexo 5

PEDIMENTO DE EXPORTACION

HOJA ____ DE ____

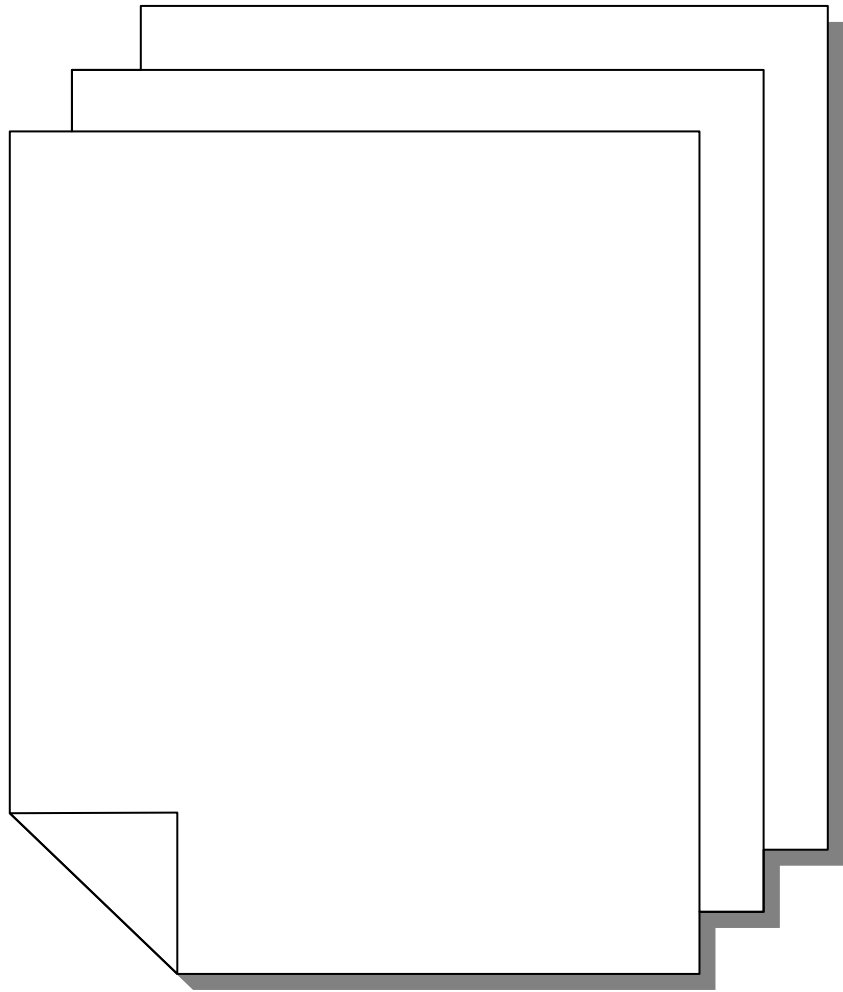
FECHA DE PAGO _____ No. PEDIMENTO _____ TIPO DE OPERACION ____ CLAVE PEDIMENTO ____ T.C. _____ ADUANA/SEC. _____ FACTOR MONEDA EXTRANJERA _____ FECHA PRESENT. _____ TRANSPORTE _____ PESO _____ R.F.C. _____ PAIS COMPRADOR ____ PAIS DESTINO ____ EXPORTADOR _____ DOMICILIO _____ CIUDAD/EDO. _____ CODIGO _____ FACTURAS/FECHAS/FORMA DE FACTURACION/COMPRADOR/DOMICILIO _____ _____ TAX No. ____ NUMERO, TOTAL DE BULTOS CONOCIMIENTOS/GUIA O VEHICULOS Nos. _____ V. ME _____ V. DLS _____ VALOR COMERCIAL _____	_____ SELLOS _____ _____
--	--------------------------------

No. ORDEN	DESCRIPCION DE MERCANCIAS	PRECIO UNITARIO	COMERCIAL	TASA	FP	IMPUESTO
	FRACCIÓN CANTIDAD UNIDAD CANT. TFA/U AD D .M.T.					
	PERMISO(S), AUTORIZACION(ES) E IDENTIFICADORES CLAVES/NUMEROS/FIRMA		DLS			

ACUSE DE RECIBO	CODIGO DE BARRAS	CONTRIBUCIONES												
		<table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:30%; border-right: 1px solid black;">TOTALES</td> <td style="width:30%; border-right: 1px solid black;">_____</td> <td style="width:40%;">_____</td> </tr> <tr> <td style="border-right: 1px solid black;">EFECTIVO</td> <td style="border-right: 1px solid black;">_____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td style="border-right: 1px solid black;">OTROS</td> <td style="border-right: 1px solid black;">_____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td style="border-right: 1px solid black;">TOTAL</td> <td style="border-right: 1px solid black;">_____</td> <td>_____</td> </tr> </table>	TOTALES	_____	_____	EFECTIVO	_____	_____	OTROS	_____	_____	TOTAL	_____	_____
TOTALES	_____	_____												
EFECTIVO	_____	_____												
OTROS	_____	_____												
TOTAL	_____	_____												

OBSERVACIONES			
PATENTE, NOMBRE, RFC Y FIRMA DEL AGENTE O APODERADO ADANAL			

(DISTRIBUCION DE COPIAS Y COLORES SEGUN INSTRUCTIVO)



Anexo 6

Consideraciones generales para su llenado:

- Para presentar esta solicitud, será indispensable que el promovente cuente con la asignación del cupo para el que solicita la expedición.
- Esta solicitud debe ser presentada en la ventanilla de atención al público (cupos TLC), en la planta baja del edificio ubicado en Insurgentes Sur 1940, Col. Florida, Delegación Álvaro Obregón, México, D.F., o bien en las delegaciones, subdelegaciones u oficinas de servicio de esta Secretaría de 9:00 a 14:00 horas.
- Esta solicitud debe ser llenada a máquina o con letra de molde legible y presentarse en original y copia.
- Deberá anexar comprobante de pago de derechos en la forma vigente establecida por la SHCP, por cada certificado solicitado.
- En caso de contar con la constancia de acreditamiento de personalidad no se deberán requisitar los siguientes datos: Nombre o razón social, domicilio, teléfono, fax y nombre del Representante Legal.
- En caso de cupos de exportación cuando el país de destino establezca requisitos adicionales, se publicarán en el acuerdo que de a conocer el cupo correspondiente.

Trámite al que corresponde la forma: Expedición de certificados de cupo.

D) Para importadores o exportadores que cuenten con cupo.

Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: SE-03-013 (D)

Fecha de autorización de la forma por parte de la Oficialía Mayor: 25-X-2000

Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 25-X-2000

Fundamento jurídico-administrativo:

- Ley de Comercio Exterior, artículo 5º fracción V, 23º y 24º (D.O.F. 27-VII-1993).
- Reglamento de la Ley de Comercio Exterior (D.O.F. 30-XII-1993).
- Ley Federal de Derechos.

Documentos anexos:

- Comprobante de pago de derechos, uno por cada certificado.

Tiempo de respuesta: 7 días hábiles.

Número telefónico para quejas:

Contraloría Interna en la SE
5629-95-52 (directo)
5629-95-00 extensiones: 6707, 6708 y 6742

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos: 5480-20-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-00-14800 o desde Estados Unidos y Canadá al 1-888-594-3372.

Número telefónico del responsable del trámite para consultas: 5229-61-00 extensiones: 3313, 3328, 3330, 3331, 3332, 3349, 3353, 3354 y 3361.

Consideraciones generales para su llenado:

- Para presentar esta solicitud, será indispensable que el promovente haya obtenido adjudicación del cupo para el que solicita la expedición, en la licitación correspondiente o a través de transferencia de cupo, conforme al trámite SE-003-011-C.
- Esta solicitud se debe presentar en la ventanilla de atención al público (cupos TLC), en la planta baja del edificio ubicado en Insurgentes Sur 1940, Col. Florida, Delegación Álvaro Obregón, México, D.F., o bien en las delegaciones, subdelegaciones u oficinas de servicio de esta Secretaría de 9:00 a 14:00 horas.
- Esta solicitud debe ser llenada a máquina o con letra de molde legible y presentarse en original y copia.
- El pago de la adjudicación se debe realizar exclusivamente en los módulos bancarios ubicados en las aduanas del país, en el formato vigente establecido por la SHCP para el pago de aprovechamientos, debidamente requisitado.
- En caso de contar con la constancia de acreditamiento de personalidad no se deberán requisitar los siguientes datos: Nombre o razón social, domicilio, teléfono, fax y nombre del Representante Legal.

Datos específicos del certificado

- En el punto 6) indicar el número de certificados solicitados (el número máximo de certificados que el interesado puede solicitar son cuatro).
- En el punto 7) indicar la cantidad solicitada que debe amparar cada certificado solicitado, especificando la unidad de medida correspondiente.
- En el punto 8) anotar la cantidad total amparada por los certificados solicitados.
- En el punto 9) indicar el país o los países de los que va a importar o a exportar las mercancías correspondientes.
- En el formato de aprovechamientos vigente establecido por la SHCP, deben indicar el número de la clave señalado en las bases de licitación, amparando la cantidad correspondiente al importe de la adjudicación.

Trámite al que corresponde la forma: Expedición de certificados de cupo.

D) Para importadores o exportadores que cuenten con cupo.

Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: SE-03-013 (D)

Fecha de autorización de la forma por parte de la Oficialía Mayor: 25-X-2000

Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 25-X-2000

Fundamento jurídico-administrativo:

- Ley de Comercio Exterior, artículo 5º fracción V, 23º y 24º (D.O.F. 27-VII-1993).
- Reglamento de la Ley de Comercio Exterior, artículo 33, fracción I (D.O.F. 30-XII-1993).

Documentos anexos:

- Comprobante de pago de la adjudicación o en su caso, oficio de autorización de transferencia de cupo.
- Anexo 2 del acta de la licitación pública, donde conste que es ganador del cupo (copia).

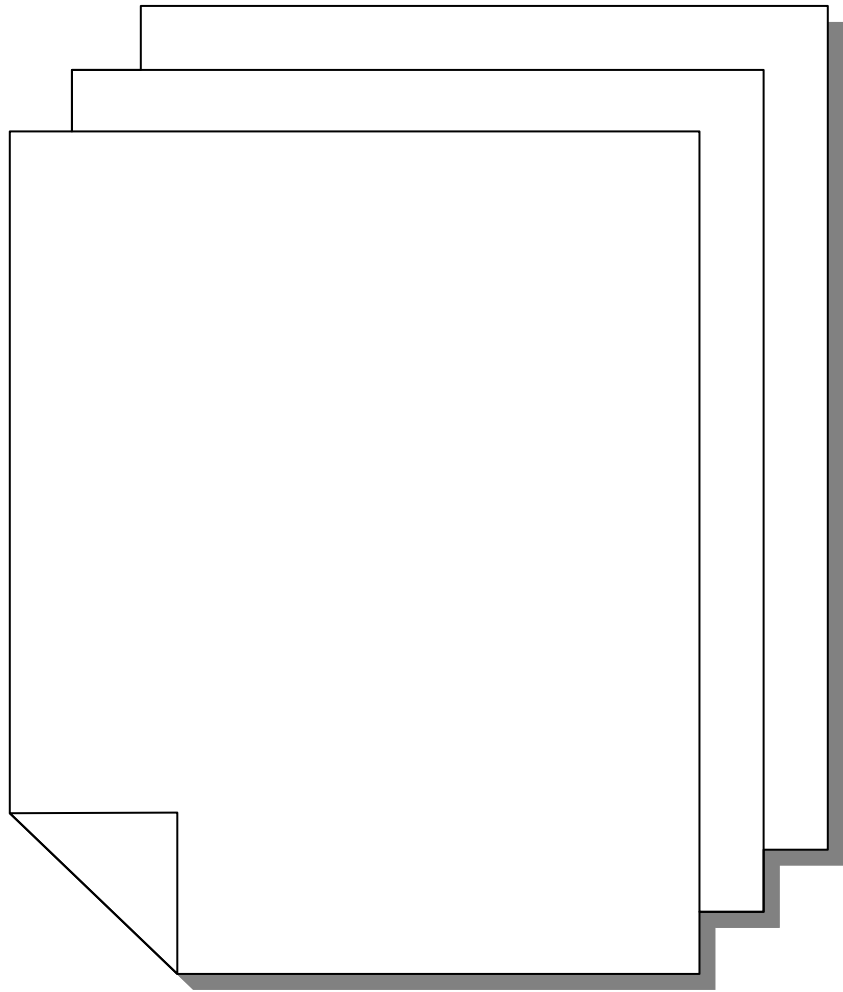
Tiempo de respuesta: 5 días hábiles.

Número telefónico para quejas:

Contraloría Interna en la SE
5629-95-52 (directo)
5629-95-00 extensiones: 6707, 6708 y 6742

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos: 5480-20-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-00-14800 o desde Estados Unidos y Canadá al 1-888-594-3372.

Número telefónico del responsable del trámite para consultas: 5229-61-00 extensiones: 3313, 3328, 3330, 3331, 3332, 3349, 3353, 3354 y 3361.



Anexo 7



**SOLICITUD DE VISA DE EXPORTACIÓN TEXTIL A ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
A EXPORTADORES QUE CUENTEN CON CUPO TLCAN**

USO EXCLUSIVO DE SE

Folio:

Fecha de recepción:

Antes de llenar esta forma lea las consideraciones generales al reverso

En caso de contar con la constancia de acreditamiento de personalidad, no será necesario llenar los campos marcados con un asterisco()*

Exportador:*	nombre y domicilio	
Consignatario:	nombre y domicilio	
Productor:	nombre y domicilio	

Categoría	Cantidad	Valor en dólares	Número de factura	Número de oficio en el que SE le asignó cupo TLCAN

Consideraciones generales para su llenado:

- Para presentar esta solicitud será indispensable que el promovente cuente con asignación de cupo o sea un exportador ocasional.
- Esta solicitud debe ser presentada en la ventanilla de atención al público (cupos TLC), en la planta baja del edificio ubicado en Insurgentes Sur 1940, Col. Florida, Delegación Álvaro Obregón, México, D. F., o bien en las delegaciones, subdelegaciones u oficinas de servicio de esta Secretaría de 9:00 a 10:00 horas.
- Esta solicitud debe ser llenada a máquina o con letra de molde legible y presentarse en original y copia.
- En caso de contar con la constancia de acreditamiento de personalidad no se deberán presentar los siguientes documentos: Acta Constitutiva y modificaciones; y Poder Notarial del Representante Legal.
- Los documentos originales o copias certificadas que se solicitan, serán devueltos en el momento de la presentación de la solicitud, previo cotejo contra la copia simple.

Trámite al que corresponde la forma: Expedición de certificados de cupo.

A) Visas textiles de exportación a Estados Unidos de América a exportadores que cuenten con cupo TLCAN.

Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: SE-03-013 (A)**Fecha de autorización de la forma por parte de la Oficialía Mayor:** 25-X-2000**Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria:** 25-X-2000**Fundamento jurídico-administrativo:** Reglamento de la Ley de Comercio Exterior (D.O.F. 30-XII-1993).**Documentos anexos:**

- Factura que ampare la venta (original y copia). El original se devuelve con la resolución del trámite.

Sólo en caso de tratarse de exportador ocasional y no cuente con asignación de cupo, adicionalmente se presentará:

- Registro Federal de Contribuyentes (copia).

Persona Moral:

- Acta Constitutiva de la sociedad y sus modificaciones y Poder Notarial correspondiente (original o copia certificada y copia simple); o exhibir copia de la constancia de acreditamiento de personalidad expedida por la Dirección General de Asuntos Jurídicos de SE o indicar al momento de su presentación la clave del R.F.C. de la persona inscrita en el registro.

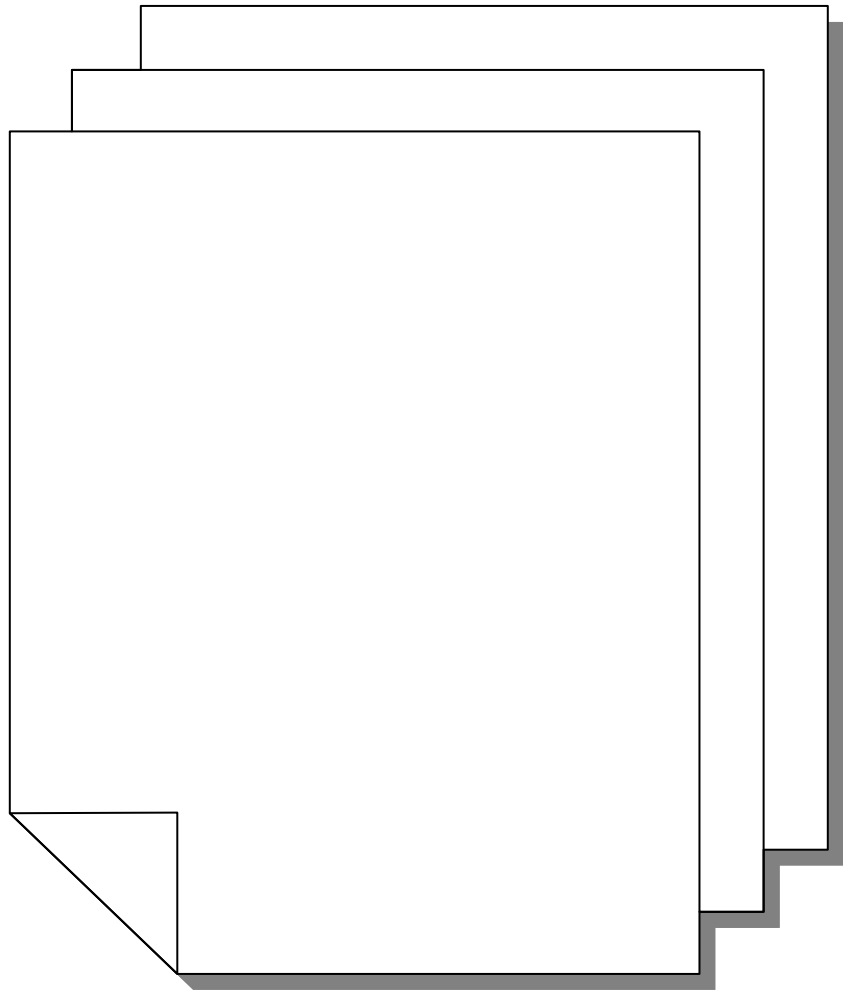
Persona Física:

- Poder Notarial correspondiente, en su caso (original o copia certificada y copia simple); o exhibir copia de la constancia de acreditamiento de personalidad expedida por la Dirección General de Asuntos Jurídicos de SE o indicar al momento de su presentación el número de la CURP de la persona inscrita en el registro.

Tiempo de respuesta: 1 día hábil.**Número telefónico para quejas:**Contraloría Interna en la SE
5629-95-52 (directo)
5629-95-00 extensiones: 6707, 6708 y 676742

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos: 5480-20-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-00-14800 o desde Estados Unidos y Canadá al 1-888-594-3372.

Número telefónico del responsable del trámite para consultas: 5229-61-00 extensiones: 3353, 3354 y 3329



Anexo 8

**SOLICITUD DE CERTIFICADO DE ELEGIBILIDAD PARA BIENES TEXTILES Y
PRENDAS DE VESTIR CON CANADÁ Y ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA**

USO EXCLUSIVO DE SE

Folio:

Fecha de recepción:

Antes de llenar esta forma lea las consideraciones generales al reverso

En caso de contar con la constancia de acreditamiento de personalidad, no será necesario llenar los campos marcados con un asterisco()*

Fecha:	País de destino:	País en donde se realizó el corte:	
Exportador:*(nombre y domicilio)			
Importador: (nombre y domicilio)			
Fecha y número de factura	Clasificación arancelaria	Descripción del bien (en español e inglés)	
Cantidad/Unidad de medida	Factor de conversión	Metros cuadrados equivalentes (MCE)	Número de constancia de registro que otorgó SE

Consideraciones generales para su llenado:

- Para presentar esta solicitud, será indispensable que el promovente cuente con la constancia de inscripción en el registro de bienes textiles y prendas de vestir no originarios elegibles para recibir trato de preferencia arancelaria.
- Esta solicitud debe ser presentada en la ventanilla de atención al público (cupos TLC), en la planta baja del edificio ubicado en Insurgentes Sur 1940, Col. Florida, Delegación Álvaro Obregón, México, D.F. o bien en las delegaciones, subdelegaciones u oficinas de servicio de esta Secretaría de 9:00 a 10:00 horas.
- Esta solicitud debe ser llenada a máquina o con letra de molde legible y presentarse en original y copia.

Trámite al que corresponde la forma: Expedición de certificados de cupo.

B) De elegibilidad a importadores o exportadores para bienes textiles y prendas de vestir.

Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: SE-03-013 (B)

Fecha de autorización de la forma por parte de la Oficialía Mayor: 25-X-2000

Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 25-X-2000

Fundamento jurídico-administrativo: Reglamento de la Ley de Comercio Exterior (D.O.F. 30-XII-1993).

Documentos anexos:

- Factura que ampare la venta (original y copia). El original será devuelto al momento de la entrega de la resolución del trámite.

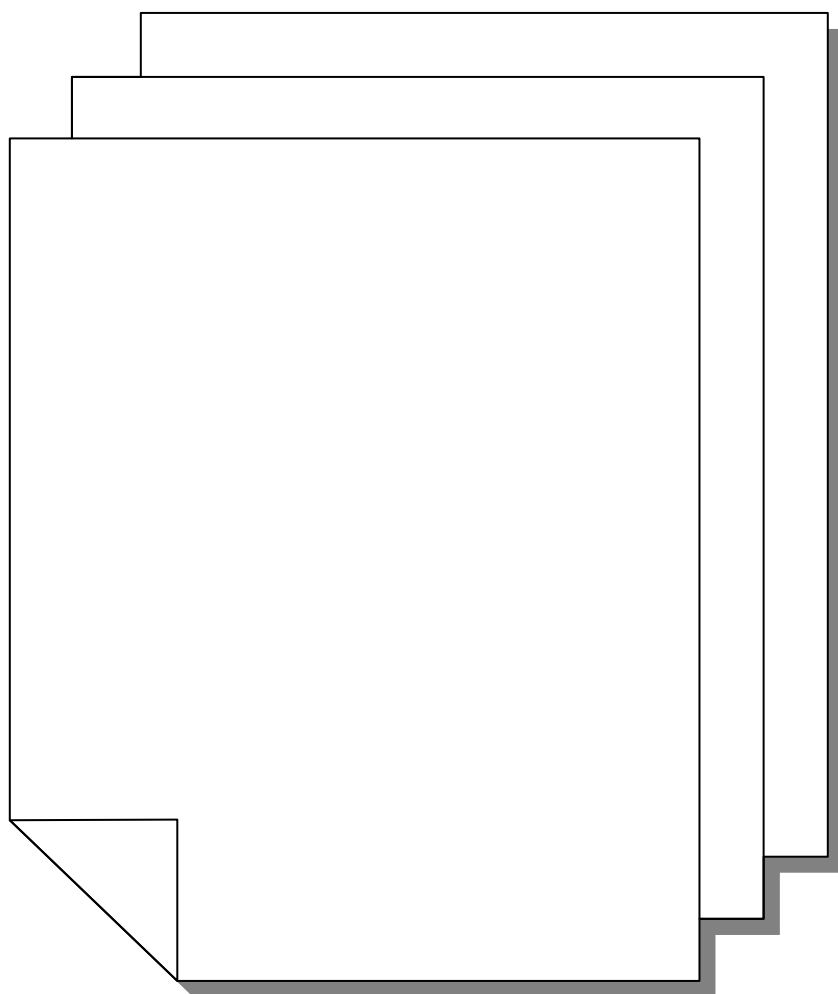
Tiempo de respuesta: 1 día hábil.

Número telefónico para quejas:

Contraloría Interna en la SE
5629-95-52 (directo)
5629-95-00 extensiones: 6707, 6708 y 6742

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos: 5480-20-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-00-14800 o desde Estados Unidos y Canadá al 1-888-594-3372.

Número telefónico del responsable del trámite para consultas: 5229-61-00 extensiones: 3353, 3354 y 3329



Anexo 9

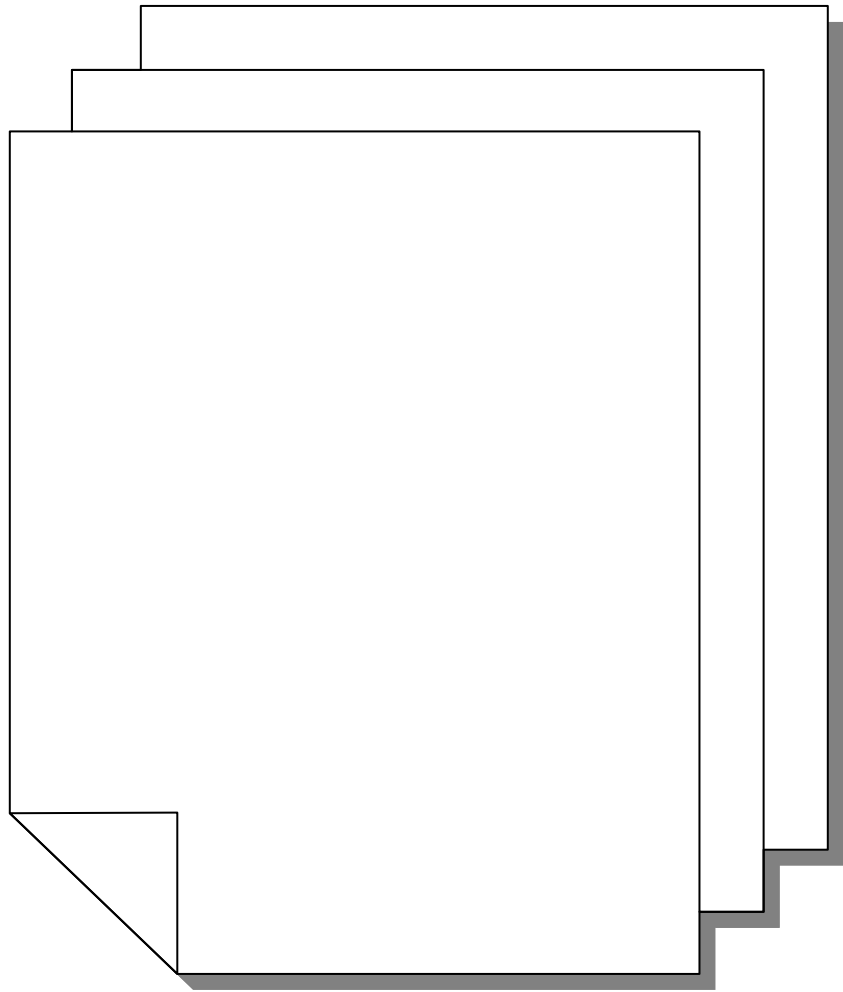


BANCOMEXT

SOLICITUD DE EMISION DE CARTA DE CREDITO IRREVOCABLE

F-10

R.F.C. <small>Registro Federal de Contribuyentes y Hacienda del C.iente (sólo en operaciones de plaza real)</small>		Día / Mes / Año		No. de C.C.I. <small>(obligatorio para comercio)</small>	
F.A. <small>Fondo Asociado (sólo en caso de operaciones de plaza real)</small>		No. Cliente <small>(obligatorio para comercio)</small>		Referencia del Cliente <small>(B. No. Contrato, Pedido)</small>	
Importación		Dómiclica		Notificada	
Confirmada		1. Beneficiario <small>Nombre, razón social y domicilio completo para letra y código</small>		2. Por orden de: <small>Nombre, razón social y domicilio completo</small>	
3. Vencimiento de C.C.I.: Día / Mes / Año		Por cuenta de: <small>Nombre y razón social (sólo cuando sea aplicable)</small>			
4. Moneda e importe		Máximo	Aproximado	%	
5. Disponible por el beneficiario:		A la vista		Mediante letra (s) de cambio a plazo de _____ días	
y contra la presentación del (los) siguiente (s) documento(s):		Fecha embarque		Fecha Factura	
6. Como dimitido de embarque (simple, en _____ original y _____ copias del medio de transporte empleado:		Vista			
Camión		Ferrocarril		Avión	
Marítimo a bordo (juego completo)		Multimodal o Combinado			
Mostrando embarque desde:					
Hasta:		Con destino final: <small>Indicar sólo en caso de transporte aéreo, por vía o por vía aérea de México</small>			
Consignado a:					
Para notificar a:					
Mostrando flete:		Pagado		Por cobrar	
Tratándose de transporte aéreo, la guía aérea deberá mencionar que tres ejemplares de la factura comercial están incluidos en uno de los paquetes que contiene la mercancía					
7. Embarques parciales:		Permitidos	Prohibidos	8. Transbordos de mercancía:	
Permitidos		Prohibidos		Permitidos	
Prohibidos		9. Factura comercial en _____ original y _____ copias			
A nuestro nombre		A nombre de _____ (sólo cuando sea aplicable)			
Por importe del 100% del valor de las mercancías señalando (en su caso) que _____% fue pagado como anticipo.					
10. Amparando (descripción en forma genérica de la mercancía y Grado de Integración Nacional (G.I.N.); indicando el número de pedido, contrato o factura proforma establecida entre el ordenante y el beneficiario.					
Clasificación económica de la mercancía:		Servicios		Bienes de capital	
Bienes intermedios		Materias primas			
11. Lista de empaque en _____ original y _____ copias					
12. Otros documentos:					
13. Plazo para presentación de documentos: _____ días después del embarque (en ningún caso, en períodos de tránsito de mercancías de la C.C.I.)					
14. Todas las comisiones y gastos bancarios originados en el extranjero serán por cuenta de (I):				Beneficiario	
				Nosotros	
15. Términos de venta					
EXW (en fábrica) flete y seguro por cuenta del ordenante.					
F.O.B. (libre a bordo) flete por cobrar y seguro por cuenta del ordenante. (sólo cuando sea aplicable)					
C.F.R. (costo y flete) flete por cuenta del beneficiario y seguro por cuenta del ordenante.					
C.I.F. (costo, seguro y flete por cuenta del beneficiario). Solicitar póliza de seguro por el 110% del valor de la mercancía de bodega a bodega cubriendo todo riesgo y ...					
Otro:					
Como el seguro es por nuestra cuenta, les informamos que cortamos con póliza número _____ expedida por _____ a favor de BANCOMEXT (sólo en caso de operaciones con financiamiento).					



Anexo 10

¹ 01-24-96 NORMA Oficial Mexicana NOM-004-SCFI-1994, Información comercial-Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios. (modifica a la NOM-004-SCFI-1993).

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.- Dirección General de Normas.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-004-SCFI-1994, INFORMACION COMERCIAL - ETIQUETADO DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y SUS ACCESORIOS (MODIFICA A LA NOM-004-SCFI-1993).

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, por conducto de la Dirección General de Normas, con fundamento en los artículos 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 1o., 39 fracción V, 40 fracción XII, 47 fracción IV de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; 9 y 24 fracciones I y XV del Reglamento Interior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; 5o. fracción XIII, inciso a) del Acuerdo que adscribe orgánicamente unidades administrativas y delega facultades en los Subsecretarios, Oficial Mayor, Jefes de Unidad, Directores Generales, Coordinador General y otros subalternos de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 29 de marzo de 1994 y reformado por decreto publicado en el mismo medio informativo de 14 de septiembre del mismo año, y

CONSIDERANDO

Que el pasado 22 de noviembre de 1995 se publicó en el **Diario Oficial de la Federación** la Norma Oficial Mexicana NOM-004-SCFI-1994, Información comercial - Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios,

Que con fecha 4 diciembre de 1995, se publicaron en el mismo medio informativo las respuestas a los comentarios de dicha Norma,

Que con fecha 22 de diciembre de 1995 fue publicada en el **Diario Oficial de la Federación** la Resolución que deja sin efecto la entrada en vigor de la norma en un principio señalada, misma que de acuerdo con las disposiciones aplicables establecidas en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización debe publicarse con posterioridad a la publicación de los comentarios,

Que con objeto de agotar las existencias e inventarios que se tienen hasta el momento, se ha previsto otorgar un plazo suficiente para el cumplimiento de la Norma en cuestión, en lo referente a la identificación del país donde se importen los insumos, así como a las tallas,

Que siendo responsabilidad del Gobierno Federal procurar las medidas que sean necesarias para garantizar que los productos y servicios, que se comercialicen en territorio nacional, ostenten la información comercial necesaria para que los consumidores y usuarios puedan tomar adecuadamente sus decisiones de compra y usar y disfrutar plenamente los productos y servicios que adquieren, siendo las normas oficiales mexicanas el instrumento idóneo para la prosecución de estos objetivos,

Que para efectos de la verificación del cumplimiento de esta Norma en punto de entrada de mercancía al país, se estará a lo dispuesto en el Acuerdo que identifica las fracciones arancelarias de las tarifas de la Ley del Impuesto General de Importación y de la Ley de Exportación, en las cuales se clasifican las mercancías sujetas al cumplimiento de las normas oficiales mexicanas en el punto de entrada de la mercancía al país, publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 28 de diciembre de 1995, se expide la siguiente:

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-004-SCFI-1994, INFORMACION COMERCIAL-ETIQUETADO DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y SUS ACCESORIOS (MODIFICA A LA NOM-004-SCFI-1993).

Para estos efectos, esta Norma Oficial Mexicana entrará en vigor a los quince días después de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**, con excepción de:

- a) los incisos 4.6.2 y 4.6.3, en lo relativo a la identificación del país de donde se importen los insumos ("importado de ..."), lo cual entrará en vigor seis meses después de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**,
- b) las disposiciones relativas a la talla o medida de las prendas de vestir o de sus accesorios, las cuales entrarán en vigor un año después de su publicación, admitiéndose durante el plazo previo a su entrada en vigor, las expresiones que tradicionalmente se han venido utilizando de acuerdo con

el uso cotidiano y costumbres; por lo cual, en ese periodo se permite, para estos propósitos, el uso de unidades diferentes al Sistema General de Unidades de Medida.

Sufragio Efectivo. No Reelección.

México, D.F., a 17 de enero de 1996.- La Directora General de Normas, **Ma. Eugenia Bracho González**.- Rúbrica.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-004-SCFI-1994, INFORMACION COMERCIAL-ETIQUETADO DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y SUS ACCESORIOS (MODIFICA A LA NOM-004-SCFI-1993).

1. Objetivo y campo de aplicación

1.1 La presente Norma Oficial Mexicana establece la información comercial, que los fabricantes y confeccionistas nacionales, así como los importadores, deben fijar en los textiles, ropa de casa y en las prendas de vestir y sus accesorios.

1.2 La información comercial a que se refiere la presente Norma debe incorporarse a los textiles, las prendas de vestir y sus accesorios y ropa de casa, elaborada con productos textiles aun cuando contengan plásticos; en el caso de productos importados, antes de su internación al país.

1.3 Las personas que en cualquier forma comercien con los productos comprendidos en la presente Norma, deben exigir a sus proveedores que los productos ostenten la información comercial establecida en ella.

1.4 El etiquetado de textiles y prendas de vestir comprende cuatro rubros importantes:

- I)** La información del fabricante y/o el importador.
- II)** La composición de fibras.
- III)** Las instrucciones de cuidado (conservación y limpieza).
- IV)** Las tallas de las prendas.

1.5 Se exenta de la aplicación de esta Norma a los cobertores eléctricos.

2. Referencias

Para la correcta aplicación de esta Norma es necesario consultar las siguientes normas vigentes:

NMX-A-23	Prendas de vestir externas para mujeres y niñas.
NMX-A-25	Prendas de vestir externas tallas de sombreros.
NMX-A-26	Prendas de vestir externas tallas para infantes.
NMX-A-45	Prendas de vestir externas tallas para hombres y niños.
NMX-A-84	Análisis cuantitativo de los materiales textiles.
NMX-A-93	Tallas para fondos.
NMX-A-95	Pantaletas de nylon para personas del sexo femenino.
NMX-A-99	Terminología y clasificación de fibras y filamentos textiles.
NMX-A-103	Tallas para medios fondos.
NMX-A-104	Tallas para blusas.
NMX-A-105	Método de prueba para la determinación del encogimiento por lavado de telas pre-encogidas.
NMX-A-107	Camisas sport para caballero.
NMX-A-108	Tallas para faldas.
NMX-A-115	Tallas para vestidos de niñas y jovencitas.
NMX-A-116	Dimensional de tallas para pantaletas, camisetas, fondos y vestidos para niñas.
NMX-A-120	Tallas de camisetas cruzadas para bebé.
NMX-A-121	Tallas de vestidos para bebés de sexo femenino.

NMX-A-125	Método de prueba para la determinación de la solidez del color de los materiales textiles sometidos al lavado en seco.
NMX-A-127	Método de prueba para valorar la recuperación a las arrugas de las telas mediante el uso del aparato de tira vertical.
NMX-A-149	Método de prueba para la determinación de cambios dimensionales por el lavado en seco.
NMX-A-175	Planchado permanente en artículos textiles.
NMX-A-182	Mediciones del cuerpo humano.
NMX-A-190	Determinación de la resistencia al fuego en los productos textiles.
NMX-A-191	Tallas de pantalones para jóvenes de sexo masculino.
NMX-A-193	Tallas de pantalones para jóvenes de sexo femenino.
NMX-A-208	Sostenes - Especificaciones.
NMX-A-240	Industria textil y del vestido.- Simbolismo para la indicación en el cuidado y conservación de las prendas.
NMX-A-243	Ropa interior de dormir y camisas para hombres y niños.
NMX-A-244	Pantimedias - Referencias para la designación de talla.
NMX-A-251	Ropa interior de dormir, corsetería y camisas para mujeres y niñas. Referencia para la designación de tallas.
NOM-008-SCFI	Sistema General de Unidades de Medida.

3. Definiciones

Para efectos de la presente Norma se establecen las siguientes:

3.1 Accesorio

Es aquel artículo que se utiliza como ornamento en las prendas de vestir o como complemento de las mismas.

3.2 Fabricante

Es la persona física o moral responsable de un producto. Se considera fabricante al comerciante, respecto de aquellos productos que ostenten su marca, aun cuando haya ordenado la elaboración total o parcial, confección o terminado de ellos a un tercero.

3.3 Insumo

Es la materia prima susceptible de ser utilizada en la fabricación o confección de textiles, ropa de casa y prendas de vestir y sus accesorios, excluyendo aquellas que se incorporen al producto y que no sean elaboradas a base de textiles para efectos funcionales, tales como botones, cierres, broches, etc.

3.4 Prenda de vestir

Para efectos de esta Norma, es aquel artículo confeccionado con textiles, que tiene como finalidad cubrir parte del cuerpo, excepto calzado.

3.5 Textil

Es aquel producto elaborado en base a la utilización de fibras de origen natural, artificial o sintético, incluyéndose entre ellos, en forma enunciativa mas no limitativa los hilados, hilos de coser, estambres, telas, casimires, pasamanerías, encajes, listones, bordados, elásticos y similares.

3.6 Etiqueta

Es cualquier marcaje de signo o dispositivo impreso, tejido o estampado.

3.6.1 Etiqueta permanente

Es aquella elaborada de tela o de cualquier otro material que tenga una duración cuando menos igual a la del producto al que se aplique, cosida o adherida por un proceso de termofijación o similar que garantice su durabilidad.

3.6.2 Etiqueta temporal

Es aquella de cualquier material y de carácter removible.

3.7 Consumidor

La persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. No se considera quien adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlo a proceso de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros.

3.8 Ropa de casa

Son los artículos elaborados con fibras naturales y/o sintéticas artificiales, que tienen un uso distinto a las prendas de vestir, y que están diseñadas para cualquiera de las siguientes funciones: Protección, adorno o limpieza del hogar y establecimientos comerciales o de servicio, como son: cortinas, toallas, alfombras, mantas, cobertores, etc., mencionados de manera enunciativa mas no limitativa.

4. Especificaciones

4.1 Información comercial

4.1.1 Prendas de vestir, sus accesorios y ropa de casa elaborada con productos textiles aun cuando contengan plásticos.

Las prendas de vestir y sus accesorios, deben ostentar la siguiente información en forma legible, en una o más etiquetas permanentes colocadas en la parte inferior del cuello o cintura, o en cualquier otro lugar visible, de acuerdo a las características de la prenda o accesorio en los casos y términos que señala esta Norma.

- a) Marca comercial.
- b) Descripción de insumos (porcentaje en orden de predominio).
- c) Talla para prendas de vestir, o medidas para ropa de casa y textiles.
- d) Instrucciones de cuidado (en este caso se permiten símbolos sin que sea indispensable que éstos se acompañen de leyendas).
- e) País de origen.
- f) Nombre, denominación o razón social, así como el Registro Federal de Contribuyentes del fabricante o importador.

Los datos referidos en el inciso f), deben presentarse en cualquiera de las etiquetas mencionadas en los puntos 3.6.1, 3.6.2 o en su empaque cerrado.

4.1.2 Textiles

Los textiles y demás productos no incluidos en la sección anterior deben ostentar la siguiente información en forma legible, en los casos y términos que señala esta Norma:

- a) Descripción de insumos (porcentaje en orden de predominio).
- b) País de origen.
- c) Nombre, denominación o razón social, así como el Registro Federal de Contribuyentes del fabricante o importador.

Los datos referidos anteriormente deben presentarse de acuerdo como se especifica en los puntos 5.2.1, 5.2.2 o 5.2.3, según sea el caso.

4.1.3 Cuando el producto se comercialice en empaque cerrado que no permita ver el contenido, adicionalmente a la información señalada en 4.1.1 o 4.1.2, según corresponda, en dicho empaque debe indicarse el producto y cantidad de que se trate.

4.1.4 La información anterior debe presentarse en idioma español, en los términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

4.1.5 Cuando las prendas se comercialicen como pares confeccionados del mismo material, pueden presentar la etiqueta en una sola de las piezas.

4.1.6 Cuando el producto tenga forro, la información debe expresarse en forma separada para éste.

4.2 Marca comercial

Debe señalarse la marca comercial del producto. Cuando el fabricante o importador de los productos objeto de esta Norma utilicen una marca comercial diferente a su nombre, denominación o razón social, debe incluir la designación por la cual es conocida como ofertante del producto.

4.3 Descripción de insumos

Para efectos de esta Norma, el fabricante o confeccionista nacional o el importador debe expresar el insumo en porcentaje, con relación a la masa, de las diferentes fibras que integran el producto en orden del predominio de dicho porcentaje, conforme a las siguientes indicaciones:

4.3.1 La denominación de las fibras, donde proceda, debe señalarse conforme a la NMX-A-99 (véase capítulo de referencias).

4.3.2 Toda fibra que se encuentre presente en un porcentaje igual o mayor al 5% del total, debe expresarse por su nombre genérico.

Puede usarse el nombre comercial o la marca registrada de alguna fibra si se tiene la autorización del titular, siempre que se use en conjunción al nombre genérico de la fibra y caracteres de igual tamaño.

4.3.3 Las fibras presentes en un porcentaje menor al 5% del total, pueden designarse como "otras".

4.3.4 En los textiles integrados por dos o más fibras, debe mencionarse cada una de aquellas fibras que representen cuando menos 5% hasta completar 100%.

4.3.5 Cuando los textiles, prendas de vestir o accesorios, hayan sido elaborados o confeccionados con desperdicios, sobrantes, lotes diferentes, subproductos textiles, que sean desconocidos o cuyo origen no se pueda demostrar, debe indicarse el porcentaje de fibras que encuadren en este supuesto, o en su defecto con la leyenda "...(porcentaje) de fibras regeneradas".

4.3.6 Cuando se usen fibras regeneradas o mezclas de éstas con otras fibras vírgenes o regeneradas, deben señalarse los porcentajes y los nombres genéricos de cada una de las fibras que integren los productos, anotando las palabras "regenerado o regenerada" después del nombre de la fibra.

4.3.7 Sólo puede utilizarse "virgen o nuevo" cuando la totalidad de las fibras integrantes del textil sean nuevas o vírgenes.

4.3.8 No se puede utilizar el nombre de animal alguno al referirse a las fibras que integren al textil, a menos que la fibra o el textil estén elaborados con el pelo desprendido de la piel del animal de que se trate. Queda prohibida la mezcla de palabras que impliquen o tiendan a hacer creer la existencia de componentes derivados de la piel o el pelo o producto de animal alguno.

4.3.9 Se permite una tolerancia de 3% para los insumos de textiles, ropa de casa y prendas de vestir y sus accesorios expresados en porcentaje, salvo en el caso en que se utilicen expresiones como "100% Pura..." o "Todo..." al referirse a los insumos del producto. Dicha tolerancia debe considerarse sobre la masa de cada una de las fibras o insumos y no sobre la masa total del producto, excepto para lo dispuesto en 4.3.10 y 4.3.11 en la presente Norma.

4.3.10 Se permite una tolerancia del 3% considerada sobre la masa total del producto, y no sobre la masa de cada una de las fibras o insumos, en los siguientes casos:

- a) cintas elásticas;
- b) medias y pantimedias en cuya manufactura intervienen insumos elaborados con fibras elastoméricas de origen natural o sintético;
- c) entorchados, hilos, hilados e hilazas de fantasía.

4.3.11 Deben indicarse en la etiqueta aquellos insumos de prendas de vestir que hayan sido incorporados a las mismas exclusivamente para efectos ornamentales, de protección o armado, cuando su masa exceda del 5% sobre la masa total del producto o su superficie exceda del 15% de la superficie total del mismo.

4.4 Tallas y medidas

4.4.1 Las tallas de las prendas de vestir deben expresarse en español sin detrimento de cualquier otro idioma (ver NMX-A-23; NMX-A-25; NMX-A-26; NMX-A-45; NMX-A-93; NMX-A-95; NMX-A-103; NMX-A-104; NMX-A-107; NMX-A-108; NMX-A-115; NMX-A-116; NMX-A-120; NMX-A-121; NMX-A-191; NMX-A-193; NMX-A-208; NMX-A-243; NMX-A-244; NMX-A-251).

4.4.2 Las medidas de la ropa de casa deben expresarse de acuerdo al Sistema General de Unidades de Medida (ver NOM-008-SCFI).

4.4.3 Las medidas de los textiles deben de expresarse de acuerdo al Sistema General de Unidades de Medida (ver NOM-008-SCFI).

4.5 Instrucciones de cuidado

Las prendas de vestir y los accesorios deben ostentar información relativa al tratamiento adecuado e instrucciones de cuidado y conservación del producto, debiendo comprender los siguientes datos:

4.5.1 Lavado

- a) A mano, en lavadora, en seco o proceso especial o recomendación en contrario de alguno de estos tipos de lavado.
- b) Temperatura del agua.
- c) Con jabón o detergente.

4.5.2 Secado

- a) Exprimir o no exprimir.
- b) Al sol o a la sombra.
- c) Colgado o tendido horizontal.
- d) Uso o recomendación en contrario de equipo especial, secadora doméstica o industrial.
- e) Recomendaciones específicas de temperatura o ciclo de secado.

4.5.3 Planchado

- a) Con plancha tibia, caliente o vapor, o recomendación de no planchar.
- b) Condiciones especiales, si las hubiere.

4.5.4 Blanqueo

Utilización o no de compuestos clorados u otros blanqueadores.

4.5.5 Recomendaciones particulares, haciendo mención específica de las tendencias al encogimiento o deformación cuando le sean propias, indicando instrucciones para atenderlas.

4.5.6 Las instrucciones de cuidado y conservación del producto deben indicarse por medio de leyendas breves y claras, o usar la simbología que se indica en la referencia NMX-A-240.

4.6 País de origen

La información de país de origen debe cumplir con lo siguiente:

4.6.1 Cuando el producto terminado, así como todos sus insumos se hayan elaborado o producido en el mismo país, con la expresión "hecho en(país de origen)".

4.6.2 Cuando el producto haya sido elaborado en México con insumos de otro con la leyenda "Hecho en México con..... (descripción de los insumos), importados de ...(país de origen)".

4.6.3 Cuando el producto haya sido elaborado en un país con insumos de otro con la leyenda "Hecho en(país de elaboración) con(descripción de los insumos), importados de ...(país de origen)".

4.6.4 Cuando el proceso de elaboración se haya realizado en dos o más países, debe señalarse que parte del proceso se llevó a cabo en los últimos dos países, con leyendas como "terminado en(país) de material importado" o "fabricado en(país)", o aquellos que describan brevemente el proceso de elaboración del producto.

4.7 Acabados

Cuando se utilice información sobre acabado del producto, ésta debe acompañarse del nombre del proceso, por ejemplo: "Impermeabilizado, pre-encogido, mercerizado, retardante al fuego, etc.", mencionado de manera enunciativa mas no limitativa (ver NMX-A-105; NMX-A-125; NMX-A-127; NMX-A-149; NMX-A-175; NMX-A-190).

4.8 La leyenda "Hecha a mano" puede utilizarse únicamente cuando el producto haya sido confeccionado, elaborado o producido totalmente a mano.

La indicación "a mano" debe ir acompañada de la descripción de aquella parte del proceso que se haya realizado a mano, por ejemplo, "cosida a mano".

5. Instrumentación del etiquetado

5.1 Prendas de vestir, accesorios y ropa de casa

5.1.1 Prendas de vestir y accesorios

Las prendas de vestir y accesorios deben incorporar la información conforme se indica en la sección 4.1.1, en el caso de productos importados, antes de su internación al país.

5.1.2 Ropa de casa

La información requerida en 4.1.1 debe presentarse en etiqueta permanente (véase 3.6.1), colocada en el caso de productos importados, antes de su internación al país, en los siguientes artículos:

- a) Sábanas.
- b) Cobijas y cobertores, excepto los eléctricos.
- c) Sobrecamas.
- d) Manteles.
- e) Manteles individuales.
- f) Servilletas.
- g) Protectores.
- h) Tapetes.
- i) Cortinas confeccionadas.
- j) Toallas.
- k) Colchones y bases de colchones elaboradas o forradas con textiles.

5.1.3 La información requerida en 4.1.1 debe presentarse en la caja, contenedor, empaque o fajilla en la que se venda el producto, en los siguientes casos:

- a) Pantimedias.
- b) Medias y tobimedias.
- c) Calcetines y calcetas.
- d) Aquellos otros productos que por ser delicados, el fijarles la etiqueta en forma directa perjudicaría el uso o estética del mismo y ocasionaría que perdiesen valor.

5.2 Textiles y otros productos elaborados con fibras o telas

5.2.1 La información que se indica en 4.1.2 debe presentarse en etiqueta permanente (véase 3.6.1) incorporada para el caso de productos importados, antes de su internación al país, pudiendo también como alternativa, ser bordadas o impresas sobre el producto, en los siguientes casos:

- a) Cortes de tela acondicionados para la venta al por menor, que contengan 45 % o más de lana peinada, que no excedan de cinco metros (Casimires).
- b) Bolsos de mano.
- c) Maletas.
- d) Monederos.
- e) Billeteras.
- f) Estuches.
- g) Mochilas.
- h) Pañuelos.
- i) Paraguas y parasoles.
- j) Cubreasientos.
- k) Artículos para cubrir electrodomésticos y domésticos.
- l) Cubiertas para planchadores.

- m) Protectores y guantes térmicos para uso doméstico.
- n) Cubiertas para muebles de baño.
- ñ) Cubiertas para muebles.
- o) Cojines.
- p) Juguetes de o forrados de materiales textiles.
- q) Artículos de limpieza.
- r) Pañales.
- s) Lienzos para pintores.

5.2.2 La información requerida en 4.1.2 debe presentarse en etiqueta temporal adherida o amarrada al producto, en los siguientes casos:

- a) Telas tejidas y no tejidas de cualquier índole.
- b) Alfombras y bajo alfombras de materiales textiles.
- c) Pelucas.
- d) Artículos para el cabello (salvo aquellos que por sus pequeñas dimensiones deban empacarse a granel).
- e) Corbatas de moño.
- f) Artículos desechables destinados a ser utilizados en una sola ocasión.

5.2.3 La información a que se refiere el punto 4.1.2 debe ostentarse en el carrete, contenedor, empaque, fajilla, ovillo o cualquier otra presentación, en las que se expende el producto, en los siguientes casos:

- a) Hilados e hilos.
- b) Estambres para tejer a mano.
- c) Piezas o rollos de cualquier longitud de encajes, tiras bordadas, listones, agujetas, cintas, artículos para el cabello, elásticos, etiquetas textiles en rollo o a granel y demás artículos de pasamanería hasta 30 cm de ancho.

5.3 Cuando se comercialicen conjuntos que incluyan diferentes productos sujetos a la presente Norma, cada uno de ellos debe cumplirla individualmente.

6. Vigilancia

6.1 La vigilancia de la correcta aplicación de esta Norma está a cargo de las autoridades competentes.

7. Bibliografía

NMX-Z-13-1977, Guía para la redacción, estructuración y presentación de las normas oficiales mexicanas.

8. Concordancia con normas internacionales

No es factible establecer concordancia por no existir referencia al momento de la elaboración de la presente.

México, D.F., a 17 de enero de 1996.- La Directora General de Normas, **Ma. Eugenia Bracho González**.-
Rúbrica.
